



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**TÍTULO:**

**“CREACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING TURÍSTICO DIRIGIDO A LA ISLA  
SANTAY”**

**AUTORAS:**

**Borboy Fernández, Joselyne Andrea  
Guanoluisa Ladinez, Laura Alejandra**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**TUTORA:**

**Lcda. Ramírez Iñiguez, Karla Lucía Mgs.**

**Guayaquil, Ecuador**

**2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

### **CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **BORBOY FERNÁNDEZ JOSELYNE ANDREA Y GUANOLUISA LADINEZ LAURA ALEJANDRA** como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingenieras en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**

#### **TUTORA**

---

**Lcda. Karla Lucía Ramírez Iñiguez, Mgs.**

#### **DIRECTORA DE LA CARRERA**

---

**Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.**

**Guayaquil, a los 30 días del mes de agosto del año 2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

### **DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **Joselyne Andrea Borboy Fernández**

#### **DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación “Creación de un plan de marketing turístico dirigido a la Isla Santay” previa a la obtención del Título **de Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros citando sus ideas, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 30 días del mes de agosto del año 2014**

**LA AUTORA**

---

**Joselyne Andrea Borboy Fernández**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

### **DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **Laura Alejandra Guanoluisa Ladinez**

#### **DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación “Creación de un plan de marketing turístico dirigido a la Isla Santay” previa a la obtención del Título **de Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros citando sus ideas, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 30 días del mes de agosto del año 2014**

**LA AUTORA**

---

**Laura Alejandra Guanoluisa Ladinez**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

### **AUTORIZACIÓN**

**Yo, Joselyne Andrea Borboy Fernández**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 30 días del mes de agosto del año 2014**

**LA AUTORA**

---

**Joselyne Andrea Borboy Fernández**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

## **AUTORIZACIÓN**

**Yo, Laura Alejandra Guanoluisa Ladinez**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 30 días del mes de agosto del año 2014**

**LA AUTORA**

---

**Laura Alejandra Guanoluisa Ladinez**

## AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por tan infinito amor y bendiciones, por ser el centro de mi vida y guiarme paso a paso que doy.

A mis padres Mariana y Santiago por la dedicación y el apoyo incondicional a cada paso que he dado en estos 21 años, gracias papá por estar siempre a mi lado, por no dejarme ni un solo momento, por superar junto a mi dificultades y salir adelante, gracias mamá por tu valentía y constancia que has sabido trasmitírmela, y así ayudarme a ser lo que hoy en día soy.

A mi mejor amiga por las retadas y preocupaciones que has tenido por mi culpa, gracias mi Neny por siempre estar junto a mí y no juzgarme. Gracias por tu sincero amor. Te amo Denisse Triana Cabrera.

Gracias a Monalisa Jambalos por ser un apoyo importante en mi vida y enseñarme a vivir cada día como si fuera el último. Sobre todo por todos aquellos momentos compartidos mi filipina favorita. Mahal na mahal kita mahal.

Ahora ya no estás a mi lado, pero sé lo feliz que estas al saber que culmino una parte de mi vida, por tanto amor entregado y por tu infinita ayuda durante mi carrera. Gracias por las veces en que te desvelaste junto a mi Ignacio Gómez Cano. Muchas gracias por ser parte de esto.

Gracias a mi amiga, confidente y compañera de este proyecto la gordita, Laura Guanoluisa, muchas gracias por estar conmigo en este proyecto y por defenderlo juntas, por tu dedicación a este proyecto que sin ti no hubiera sido increíble hacerlo.

Quiero agradecer a mis 3 y únicas verdaderas amigas que Dios puso en mi vida universitaria, Silvia, Jenny y Claudia. Infinita gracias por el apoyo en estos 4 años de estudio, gracias por hacer de mi vida universitaria una de las mejores etapas de mi vida.

Gracias a mi tutora de este proyecto Karla Ramírez, por su dedicación, motivación y sobre todo por la información que nos otorgaba para este proyecto, gracias por su guianza y sobre todo paciencia.

Muchas gracias a todos a quienes de una u otra manera me ayudaron con diapositivas, investigaciones, cotizaciones, elaboración de videos, grabaciones, lecciones y exámenes durante mis años de estudio, infinita gracias por su tiempo y sus palabras de aliento.

A la presidenta de la comunidad de Santay, la señora Elsa Rodríguez, gracias por su colaboración y tiempo valioso que dio para la elaboración de este proyecto.

**Joselyne Borboy**



## AGRADECIMIENTO

Agradezco a DIOS por haberme dado la dicha de vivir y de bendecirme hasta el día de hoy en el que cumplo uno de mis sueños más importantes; mi formación profesional. Su gracia en grande.

Agradezco a mi papi y mami, por ser las únicas personas en la faz de la tierra que me tienen paciencia y sé que perdonarán mis errores sin remordimientos. Su labor como padres ha sido excelente, sepan que si en esta vida me equivoco la culpa será mía no suyas, ustedes son perfectos. Los amo.

Agradezco a mis tías (mi tía Ceci y mi tía Carmen), a mis primos (Valeria, Viviana, Stefania), a mis hermanos (Alejandro y mi ñaño Marcos), a mis gordos (Pepito, Arellyta, Domi, Adamarys y George) y a mi mama Juanita por sus consejos, apoyo incondicional y arrancarme carcajadas en nuestras reuniones familiares.

Agradezco a todas las personas que de una u otra manera han sido parte de mi formación desde la escuela hasta el día de hoy.

Agradezco a mi tutora, Ing. Karla Ramírez, quien me ha guiado en la realización de este proyecto y nos ha alimentado de confianza en continuar a pesar de las dificultades presentadas.

Agradezco a mi mejor amiga, Carito, por ser parte de mi vida y por estar conmigo a pesar de mis múltiples defectos. Eres la mejor y sé que también estas orgullosa de mi al igual que yo de ti. Te amo gorda.

No puede faltar un agradecimiento especial a mis amigas, mis gordas, mi debilidad y mi fortaleza a la vez. Ustedes no se imaginan cuanto las amo y cuanto les agradezco el haberme permitido formar parte de la historia de sus vidas. Sé que puedo contar con ustedes en las buenas y más aún en las malas.

Nuestros caminos se separaran en algunos meses y aunque no lo queramos será así y es algo inevitable ‘colegas’ pero siempre habrá una excusa para reencontrarnos porque así somos nosotras. Ahora entiendo porque no tengo hermanos, Dios me los

iba a obsequiar 18 años más tarde, Él me ha dado a las hermanas más hermosas de la tierra y le agradeceré esta vida y la otra. Gracias por tanto y por todo: Jossy quien es mi compañera de tesis y la más divertida, Clau por su inocencia y por permitirme ‘rayarla’ siempre, Jenny Lu por su seriedad ante las cosas y por cuidarme durante 3 meses y por último a la Chinita por su amor infinito y por permitirnos entrar a su casa a reír y llorar. GRACIAS HERMANAS Y COMPAÑERAS DE VIDA, LAS AMA CON TODO SU CORAZÓN Y YA LAS EXTRAÑA LA SIEMPRE ORGULLOSA E INGRATA ‘gordita’.

**Laura Guanoluisa**

## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto a la persona que siempre se olvidaba mi nombre, pero que siempre me tuvo en su corazón y mente, a la persona con quien crecí, quien me cuidaba, me alimentaba hasta cuando tuve 12 años, quien me tuvo paciencia, quien anhelaba verme toda una profesional y siempre me decía que quería conocer a sus nietos, quien me dio tanto amor y entrega, quien en vida fue mi mami Yoyo, María Gloria Aizabucha, la mejor de todas las abuelitas, que ahora me cuida desde el cielo.

**Joselyne Borboy**

## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto principalmente a mis padres, Laura y Alejandro, quienes gracias a su sostén incondicional apoyaron la decisión que tomé hace 5 años atrás sabiendo todo lo que implicaba, siendo mis guías en cada paso que he dado desde siempre. Este triunfo es nuestro papi y mami. Los ama infinitamente su única hija, su orgullo, su heredera, su chiquita, Laurita Alejandra.

A mi mamá Juanita quien es parte fundamental de mi crianza y de los logros que he podido alcanzar, eres el orgullo de la familia mama, gracias por estar con nosotros.

*Laura Alejandra Guanoluisa Ladinez*



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**CALIFICACIÓN**

<b>Apellidos y nombres</b>	<b>Nota final del Tutor</b>
<b>BORBOY FERNÁNDEZ JOSELYNE ANDREA</b>	
<b>GUANOLUISA LADINEZ LAURA ALEJANDRA</b>	

---

**Lcda. Karla Lucía Ramírez Iñiguez, Mgs.**

**Tutora**

## INDICE GENERAL

RESUMEN	19
<b>CAPITULO I</b>	<b>21</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>21</b>
1.1 Introducción al tema	21
1.2 Justificación	22
1.3 Contribución potencial del estudio	23
1.4 Antecedentes	24
1.5 Historia de la Isla Santay	26
1.6 Planteamiento del problema	27
1.7 Formulación del problema	28
1.8 Objetivos	28
1.8.1 Objetivo general	28
1.8.2 Objetivos específicos	28
1.9 Formulación de la hipótesis	29
<b>CAPITULO II</b>	<b>30</b>
<b>MARCO CONTEXTUAL</b>	<b>30</b>
2.1 Marco teórico	30
2.1.1 Historia y teoría del Marketing.	30
2.1.2 ¿Qué es el Marketing?	30
2.1.3 ¿Qué es el Marketing Turístico?	31
2.1.3.1 Instrumentos del Marketing Turístico.	31
2.1.4 Estrategias de Marketing	33
2.1.4.1 Tipos de estrategias de marketing	33
2.1.5 Análisis FODA (Fortaleza, Oportunidades, Debilidades, Amenazas)	34
2.1.6 Estrategias de mercadotecnia	34
2.1.7 Plan de Marketing	35
2.1.7.1 Elementos del plan de marketing	35
2.1.7.2 Finalidades del plan de marketing	36
2.1.7.3 Fases del plan de marketing	36
2.2 Marco conceptual	38
<b>CAPITULO III</b>	<b>41</b>
<b>METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>41</b>
3.1 Diseño	41
3.2 Investigación Exploratoria	41
3.2.1 Recolección de la información secundaria	41
3.2.2 Entrevistas de profundidad	41
3.3 Investigación Descriptiva	42
3.3.1 Encuesta	42
3.4 Tamaño de la muestra	43
3.5 Segmentación	44
3.6 Objetivo de la encuesta	45
3.7 Diseño de la encuesta	45
3.8 Análisis de la investigación descriptiva	48
3.8.1 Resultados de la encuesta	48
<b>CAPITULO IV</b>	<b>65</b>
<b>ESTUDIO DEL MERCADO Y SITUACIÓN ACTUAL</b>	<b>65</b>

4.1	Análisis del macro entorno	65
4.1.1	Factores Sociales	65
4.1.1.1	Demografía	65
4.1.1.2	Población actual y Rango de edades existentes.	67
4.1.2	Factores Económicos	67
4.1.2.1	Nivel de ingreso familiar	67
4.1.3	Factores Culturales	69
4.1.3.1	Costumbres	69
4.1.3.2	Tiempo ocio	70
4.1.4	Factores tecnológicos	73
4.2	Análisis del micro entorno	74
4.2.1	Competidores del sector	75
4.2.1.1	Parque Histórico	75
4.2.1.1.1	Zona de Vida Silvestre	76
4.2.1.1.2	Zona Urbano - Arquitectónica	77
4.2.1.1.3	Zona de Tradiciones	77
4.2.1.2	Bosque Cerro Blanco	78
4.2.1.3	Isla Puná	79
4.3	Factor Político	82
4.3.1	Ministerio de Ambiente del Ecuador (MAE)	82
4.3.2	Ministerio de Turismo del Ecuador (MTE)	83
4.3.3	Municipio del Cantón Duran	83
4.4	Sustitutos	84
4.4.1	Malecón Simón Bolívar	84
4.5	Competidores Potenciales	86
4.5.1	Parque Samanes	86
<b>CAPITULO V</b>		<b>87</b>
<b>ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DE LA DEMANDA</b>		<b>87</b>
1.10	Análisis de la oferta	87
5.1	Atractivo turístico	87
5.1.1	Generalidades	87
5.1.2	Biodiversidad de la Isla	89
5.2	Planta turística	91
5.2.1	Alojamiento	91
5.2.2	Alimentación	92
5.2.3	Esparcimiento	93
5.2.4	Otros servicios relacionados	93
5.3	Infraestructura	94
5.3.1	Generales	94
5.3.2	Transporte y accesibilidad	95
5.3.3	Señalización	95
5.4	Comunicaciones	96
5.5	Sanidad	96
5.6	Infraestructura	97
5.7	Energía	98
5.8	Destrezas de la comunidad	98
5.9	Análisis de la demanda	99
<b>CAPÍTULO VI</b>		<b>100</b>
<b>DISEÑO DEL PLAN DE MARKETING</b>		<b>100</b>
6.1	Las 5C's del Marketing Estratégico	100
6.1.1	Corporación	100
6.1.2	Clientes	100
6.1.3	Competencia	101

6.1.4	Colaboradores	101
6.1.5	Contexto	101
6.2	Plan de comunicación	103
6.2.1	Televisión	104
6.2.2	Radio	104
6.2.3	Internet	105
6.2.4	Prensa escrita	105
6.2.5	Marketing Directo	106
6.2.6	Elaboración de tríptico	106
<b>6.2.7</b>	<b>Promoción UCSG</b>	<b>113</b>
	<b>Conclusiones</b>	<b>114</b>
	<b>Recomendaciones</b>	<b>116</b>
	<i>Bibliografía</i>	<b>117</b>
	<b>ANEXOS</b>	<b>119</b>
	<b>Anexo 1: Entrevista a la señora Elsa Rodríguez, presidenta de la comunidad de Santay.</b>	<b>119</b>
	<b>Anexo 2: Dialogo ofrecido por la alcaldesa de Durán: Alexandra Arce.</b>	<b>121</b>
	<b>Anexo 3: Fotografías de la Isla Santay</b>	<b>123</b>
	<b>Anexo 4: Precios de promoción.</b>	<b>127</b>



## INDICE DE GRAFICOS

Ilustración 1 Vista aérea de la Isla Santay. ....	25
Ilustración 2: Marketing Mix .....	32
Ilustración 3: FODA .....	34
Ilustración 4: Calculo de la muestra.....	44
Ilustración 5: Visitas a la Isla Santay. ....	48
Ilustración 6: Con quienes visita la Isla. ....	49
Ilustración 7: Razones de desconocimiento. ....	51
Ilustración 8: Frecuencia de visita. ....	52
Ilustración 9: Medios que ha escuchado de la Isla.....	53
Ilustración 10: Motivos de visita.....	54
Ilustración 11: Volvería a la Isla. ....	56
Ilustración 12: Actividades nuevas. ....	57
Ilustración 13: Medios de comunicación. ....	58
Ilustración 14: Precios por un recorrido.....	59
Ilustración 15: Edad .....	61
Ilustración 16: Ocupación .....	62
Ilustración 17: Ingreso mensual .....	63
Ilustración 18: Auto identificación de Población.....	66
Ilustración 19: Población en Guayaquil.....	67
Ilustración 20 Personal de Desfile .....	70
Ilustración 21 Actividades domesticas y cuidado personal.....	71
Ilustración 22 Actividades domésticas por sexo .....	72
Ilustración 23 Tiempo libre.....	72
Ilustración 24 Usuarios de Internet .....	74
Ilustración 25 Análisis del micro entorno .....	75
Ilustración 26 Trabajos en el sendero .....	76
Ilustración 27 Productos de la casa campesina .....	78
Ilustración 28 Prácticas de meditación.....	79
Ilustración 29 Isla Puná.....	80
Ilustración 30 Ruta Isla Puná .....	81
Ilustración 31 Logo del Ministerio de Ambiente. ....	82
Ilustración 32 Logo del Ministerio de Turismo. ....	83
Ilustración 33 Escudo del Catón Durán. ....	83
Ilustración 34: IMAX.....	84
Ilustración 35: La Rotonda.....	85
Ilustración 36: Plaza Olmedo.....	85
Ilustración 37: Vista aérea de la ecoaldeas.....	88
Ilustración 38: Palmeras introducidas en la Isla Santay.....	89
Ilustración 39 Aves de la isla Santay. ....	90
Ilustración 40 Foda de la Isla Santay .....	103
Ilustración 41 Turistas en Bicicleta.....	107
Ilustración 42 Senderismo.....	107
Ilustración 43 Paseo en canoa .....	108
Ilustración 44 Paseo en canoa .....	108
Ilustración 45 Servicio de Restaurante.....	109
Ilustración 46 Ecoaldeas Isla Santay .....	109
Ilustración 48 Cocodrillera.....	110
Ilustración 47 Ecoaldeas Isla Santay .....	110

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Datos para el cálculo de la muestra .....	43
Tabla 2: Visita a la Isla Santay.....	49
Tabla 3: Con quienes visita la Isla. ....	50
Tabla 4: Razones de desconocimiento. ....	51
Tabla 5: Frecuencia de visita. ....	52
Tabla 6: Medios que ha escuchado de la Isla.....	53
Tabla 7: Motivos de visita.....	55
Tabla 8: Volvería a la Isla.....	56
Tabla 9: Actividades nuevas.....	57
Tabla 10: Medios de comunicación.....	59
Tabla 11: Precios por un recorrido.....	60
Tabla 12: Edad.....	61
Tabla 13: Ocupación.....	62
Tabla 14: Ingreso mensual.....	64
Tabla 15 Promedio Mensual 1.....	68
Tabla 16: Promedio Mensual 2.....	68
Tabla 17: Promedio Mensual 3.....	69
Tabla 18:Generalidades de la Isla Santay.....	87
Tabla 19 Alojamiento Isla Santay.....	91
Tabla 20: Alimentación de la Isla Santay.....	92
Tabla 21 Esparcimiento de la Isla Santay.....	93
Tabla 22 Otros servicios de la Isla Santay.....	93
Tabla 23 Generalidades de la Infraestructura.....	94
Tabla 24 Transporte y Accesibilidad.....	95
Tabla 25 Señalización.....	95
Tabla 26 Comunicaciones.....	96
Tabla 27 Servicio.....	96
Tabla 28 Eliminación de la basura.....	97
Tabla 29 Instancias de salud.....	97
Tabla 30 Servicio de energía.....	98

## **RESUMEN**

El proyecto tiene como objetivo final presentar una propuesta de Plan de Marketing Turístico dirigido a la Isla Santay con el fin de promocionar las diferentes actividades que se realizan y sus actividades potenciales, así como presentar algunas sugerencias y/o recomendaciones en el desarrollo de las mismas.

Actualmente existe bastante afluencia de turistas hacia la isla, pero muchos de ellos no conocen las actividades que se pueden ejecutar y por ende no las practican, adicional a eso se busca que al Área Natural de Recreación Isla Santay y del Gallo acudan no solo turistas nacionales sino también extranjeros que estén dispuestos a convivir con el ecosistema y a disfrutar de la biodiversidad existente en la zona y su infraestructura sustentable ya que cuenta con una hostería ecológica.

De acuerdo con el estudio de mercado realizado se comprobó que a los ciudadanos les encantaría que se difunda por diversos medios de comunicación dicho humedal y así algunos consejos de innovación que se desarrollarán en el transcurso del proyecto.

**Palabras Claves:** Demanda turística, hostería ecológica, estudio de mercado, área natural de recreación, humedal, actividades potenciales.

## **ABSTRACT**

The project aims eventually present a proposal for Tourism Marketing Plan aimed at Santay Island in order to promote the different activities performed and potential activities and present some suggestions and / or recommendations in the development of these.

Currently there is enough tourist demand to the island, but many do not know the activities that can be run and therefore do not practice, in addition to that it is intended that the Natural Recreation Area Santay Island and Gallo come not only domestic tourists but also foreigners who are willing to live with the ecosystem and enjoy the biodiversity of the area and its sustainable infrastructure it has a eco-lodge.

According to the market research conducted found that citizens would love to be spread by mass media the wetland and innovation and some tips that will be developed during the project.

**Keywords:** Tourist demand, eco-lodge, market research, natural recreation area, wetland, potential activities.

# CAPITULO I

## INTRODUCCIÓN

### **1.1 Introducción al tema**

Guayaquil, una de las ciudades con mayor acogida de turistas que no solo alberga a nacionales, también a extranjeros, llevándolos a conocer lugares cercanos de recreación, es que no basta apreciar su belleza arquitectónica en la urbe, optan por lugares de tranquilidad, de naturaleza y sobre todo de algo nuevo; y es lo que ofrece la Isla Santay.

La Isla Santay en las últimas décadas se ha convertido en un atractivo turístico que se ha ido desarrollando poco a poco, lo que ha permitido el rescate de este importante humedal, que no solo conserva variedad de fauna y flora, también de costumbres y cultura que radica en cada uno de los habitantes de la Isla, ubicada en el sur de la Urbe Porteña en la base naval sur, su ingreso más accesible mediante el puente que une la ciudad con la Isla, dando un giro total al lugar, logrando que sea el humedal Santay uno de los lugares más visitados en fines de semanas por centenares de familias guayaquileñas, que buscan salir de la rutina y deciden visitar lugares llenos de aire fresco y un ambiente fuera de lo cotidiano.

Un plan de marketing consolida toda empresa, todo proyecto que se quiere un desarrollo potencial que dure por muchos años, necesita de un diseño publicitario que también analice su situación actual, a sus consumidores actuales y futuros, con el fin de que no declive la llegada de visitantes al lugar, es por ello que decidimos crear una estrategia de marketing para hacer de esta isla un atractivo para la ciudad de Guayaquil.

Se gestionará este plan no solo con el fin de aumentar el turismo en el Ecuador, también como un medio para que los colonos de la comunidad San Jacinto De Santay, vean mediante este apoyo una manera de sobresalir día a día y así siga contribuyendo para el desarrollo de la misma.

## **1.2 Justificación**

Isla Santay, la cual está ubicada a 15 minutos de la ciudad de Guayaquil se abre al turismo en todos sus aspectos siendo los principales benefactores la comunidad de dicha isla. Explotar de manera sustentable la biodiversidad existente en la zona y sus entornos paradisiacos ya que se cuenta con ecosistemas de flora y fauna lo cual le dará otra perspectiva al turista interesado en el conocimiento y descubrimiento de nuevas rutas de visita natural contacto directo con la naturaleza, así como cultura dentro de la historia de la Isla Santay.

El aprovechar sus recursos naturales tales como su vegetación bosque de manglar, bosque mixto de árboles y herbáceas, entre su flora el mangle negro y su fauna esta las iguanas, oso hormiguero entre otros. Estos atractivos mas el plus de su infraestructura remodelada y adecuada para un turismo comunitario hace que la Isla crezca.

Acompañar su crecimiento con un buen plan de marketing turístico basado en la conservación de sus especies, de la biodiversidad, de la capacitación de sus habitantes, del buen uso de su recurso, de las herramientas y estrategias así como la buena segmentación del mercado tendrá como resultado un desarrollo comunitario exitoso y que sus visitantes vayan en crecimiento.

### **1.3 Contribución potencial del estudio**

A través del estudio se procura:

- Mejorar la calidad de vida de la Isla, al ser que esta sea un destino competitivo en el país.
- Rescatar la identidad cultural.
- Crear un plan de marketing que se consolide con aquellos proyectos que están prontos a inaugurarse en la Isla.
- Promover actividades fuera de la cotidianidad.

## **1.4 Antecedentes**

(Ministerio de Ambiente, 2014) Se dice que la isla Santay ha pasado por una serie de procesos legales, en la década 60, su territorio pertenecía a propietarios que hicieron de la isla haciendas y camaroneras, pero en el año 1979 por Decreto Ejecutivo se declara “de utilidad con fines de expropiación urgente y ocupación inmediata en favor del Ministerio de Obras Públicas todos los inmuebles de la Isla Santay” (Suárez, 2014) recalca que con el fin de crear un complejo cultural y recreacional más sin embargo el Decreto fue reformado y la Isla Santay y del Gallo pasa a manos del Banco Ecuatoriano de la Vivienda para la edificación de viviendas las cuales jamás fueron construidas.

La Isla Santay fue designada como humedal de importancia Internacional (Sitio Ramsar Nro. 1041) por la gran diversidad de aves que presenta en sus humedales. Posteriormente Santay pasó a ser administrada por la Fundación Malecón 2000 y diez años más tarde en el Gobierno del Eco. Rafael Correa se declara como Área Nacional de Recreación bajo Acuerdo Ministerial # 21 del 20 de febrero de 2010, dentro del SNAP. Cabe mencionar que las personas que han habitado la isla desde antes de esta declaratoria han sido considerados como pobladores ancestrales y aunque no poseen títulos de propiedad, firmaron un Comodato para mantenerse en la isla y adicionalmente se les proporcionó viviendas, reunidas en una Ecoaldeas, estas cuentan con todos los servicios básicos cumpliendo así con la norma del “Buen Vivir” y a la vez convirtiéndolos en los principales socios estratégicos para la conservación de esta importante área natural.

Es un sitio con potencial para encontrar individuos del cocodrilo de la costa, antiguamente común en las orillas del río Guayas; y representa un refugio para las especies de peces e invertebrados de agua dulce y marinos que pasan parte de su ciclo de vida en aguas estuarinas.



La importancia del Área Nacional de Recreación Isla Santay y Gallo, radica en su alta biodiversidad y demás recursos naturales, paisajísticos e incluso su valor histórico y cultural. Su declaratoria como humedal RAMSAR, la hace aún más relevante y la convierte en un área de interés mundial y prioritario para la conservación.

De igual manera, forma parte del proyecto Guayaquil Ecológico que posee tres componentes: la recuperación del Estero Salado, Parque Samanes y el ANR Isla Santay e Isla del Gallo, al momento uno de los más importantes proyectos ambientales de la región.<sup>1</sup>



**Ilustración 1 Vista aérea de la Isla Santay.**

**Fuente: Amigos de la Isla Santay**

**Elaborado por: Amigos de la Isla Santay**

---

<sup>1</sup> Fuente Ministerio de Ambiente, documentos Power Point, otorgados por Municipalidad de Durán.

## 1.5 Historia de la Isla Santay

(Ramírez, 2007) Relata lo siguiente “Dentro de la historia de la Isla se conoce que el libertador Simón Bolívar se asentó en ella, mientras convalecía muy enfermo. Precisamente allí redactó el borrador del tratado de Guayaquil, suscrito el 22 de septiembre de 1829”.

Se cree la posibilidad de la existencia de sitios arqueológicos puesto que la Isla Santay se encuentra entre Guayaquil y Durán. Entre algunas culturas que podrían estar tenemos: Punaes, Huancavilca y Milagro – Quevedo.

Por la década de los 40 dentro de la Isla se encontraban 7 haciendas las cuales fueron ‘embargadas’. También por esa década se matizó la producción arrocerá y también ganadera.

Una Organización no Gubernamental ambientalista de Guayaquil junto con el Comité Ecológico del Litoral se unieron para realizar un proyecto de fortalecimiento organizacional con la comunidad de la Isla Santay con lo que se permitió la construcción del Centro Comunitario así como una escuela llamada ‘Jaime Roldós’ y también la conformación de la Asociación de Pobladores ‘San Jacinto de Santay’.

La importancia del reconocimiento local, regional y nacional de la Isla por su estado de conservación y características ecológicas se ha logrado que se la reconozca internacionalmente como sitio Ramsar.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Fuente tomada de la página web: <http://www.islasantay.info/2007/09/una-isla-100-duranea.html>

## **1.6 Planteamiento del problema**

La problemática que guía a este estudio es la falta de promoción que tiene la Isla, ya que esta tiene un potencial turístico que puede ser explotado desde todos sus ángulos, pero que no se lo realiza por falta de iniciativas para la misma.

Debido a la falta de promoción la Isla no cuenta con los visitantes proyectados, lo que limita al desarrollo turístico y por ende al económico.

En la actualidad la Isla Santay forma parte del proyecto “Generación y Restauración de Áreas Verdes para la ciudad de Guayaquil – Guayaquil Ecológico” el cual tiene como principal objetivo reintegrar dicha isla a la actividad turística sin afectar el ecosistema existente a través de la implementación de servicios básicos para la comunidad. Se está desarrollando una serie de actividades para que la Isla sea un punto turístico primordial dentro de la provincia del Guayas, adecuada para los turistas nacionales y con visión para turistas extranjeros.

La ciudad de Guayaquil posee una escasa cultura ecológica, aunque en la actualidad existen planes que fomentan el estudio de temas ambientales en los colegios, aún queda mucho trabajo por hacer de parte de las autoridades para impulsar el desarrollo sostenible del país. La Isla Santay se convertiría en un nuevo punto turístico pero al no contar con la suficiente promoción turística principalmente nacional hace que este atractivo se vea afectado por la falta de turistas debido al desconocimiento.

El problema deriva de la falta de un Plan de Marketing dirigido a la Isla Santay y el contribuir con el desarrollo turístico de la zona considerado una nueva ruta turística que no afecta el hábitat de la flora y fauna.

La importancia de elaborar un Plan de Marketing e implementar estrategias que cautiven el ojo del turista nacional y extranjero explotando las fortalezas y trabajando en las debilidades de la zona haría de una Isla un punto referencial dentro del territorio nacional.

## **1.7 Formulación del problema**

¿La creación de un Plan de Marketing dirigido a la Isla Santay ayudará a que se incrementen visitantes?

## **1.8 Objetivos**

### **1.8.1 Objetivo general**

- Desarrollar un plan de Marketing Turístico de la Isla Santay que contribuya al aumento de nivel competitivo de este destino turístico a través del desarrollo de sus actividades recreacionales.

### **1.8.2 Objetivos específicos**

<b>1.</b>	Realizar el análisis y el diagnóstico de la situación actual.
<b>2.</b>	Determinar nuestro target.
<b>3.</b>	Elaborar un plan de marketing turístico dirigido a mi mercado objetivo.

## **1.9 Formulación de la hipótesis**

La implementación de un Plan de Marketing Turístico en la Isla Santay favorece al desarrollo de la Isla Santay y del Gallo marcando un posicionamiento turístico como un destino a nivel nacional incrementando el número de visitantes a dicho lugar.

## CAPITULO II

### MARCO CONTEXTUAL

#### 2.1 Marco teórico

##### 2.1.1 Historia y teoría del Marketing.

“El término marketing aparece en el ámbito académico a comienzos de la primera década de 1900. Así en 1902 Jones impartió en la Universidad de Michigan un curso titulado La industria distributiva y reguladora en Estados Unidos, y en 1905 bajo la dirección de Kreusi se ofrece un curso titulado Marketing de Productos en la Universidad de Pennsylvania (Bartels, 1988). Desde entonces se ha producido una evolución del concepto, y al mismo tiempo una extensión del marketing a otros campos.

##### 2.1.2 ¿Qué es el Marketing?

(Mera, 2010, p. 2) Manifiesta que: *“El marketing es un proceso social mediante el que, grupos e individuos logran lo que necesitan y desean mediante la creación, oferta, y libre intercambio de productos, servicios que otros valoran”*.

(Garnica, 2009, p. 14) Afirma en su libro Fundamentos de Marketing que: *“Marketing es una filosofía que involucra a toda la organización, en un proceso que tiene como propósito identificar las necesidades del mercado para satisfacerlas, a través de bienes, servicios o ideas que generen una mejor calidad de vida para la sociedad y mantengan a la organización en un permanente esfuerzo para crear beneficios que superen las expectativas de los clientes actuales y potenciales, que permitirá crear ventajas competitivas y, con ello, su desarrollo”*

Se puede decir que marketing es un proceso que tiene como objetivo crear un producto o servicio con el fin de que este satisfaga las necesidades de quienes lo vayan a adquirir y de esta manera generar un beneficio mutuo.

### 2.1.3 ¿Qué es el Marketing Turístico?

(Sinclair C. O., 2012) Dice: *“El marketing turístico permite conocer y comprender el mercado para llegar a formar una oferta realmente atractiva, competitiva, variada y capaz de conseguir clientes dispuestos a consumir el producto y/o servicio turístico”*.

Por lo tanto el marketing turístico reconoce el mercado al cual se va a dirigir, identifica las necesidades de los clientes y reconoce los puntos fuertes del sitio turístico a explotar y de esta manera se crea un comercialización de bienes y servicios turísticos.

#### 2.1.3.1 Instrumentos del Marketing Turístico.

**Marketing estratégico:** Se refiere a buscar las necesidades actuales y futuras de los clientes con el fin de orientar a la empresa a conseguirlas mediante la localización e identificación de nuevos mercados.

**Marketing Operativo:** Se refiere a las estrategias de ventas hacia los futuros clientes. *“El mejor plan de marketing no puede tener éxito sin una gestión comercial activa de la empresa para conquistar el mercado”*. Luque (1997; pág 10)

**Marketing Mix:** Se podría decir que el marketing mix en un análisis interno de la empresa en la que se elaboran estrategias (4Ps) para conocer el mercado actual y el posicionamiento posterior.



**Ilustración 2: Marketing Mix**

**Fuente: Kotler**

**Elaborado por: Autores**

McCarthy y Perreault (2001) señalan algunos aspectos importantes de cada uno.

**Producto:** asociado directamente con el área de producción se dice que es aquel bien o servicio e incluso la combinación de los dos el cual satisficiera las necesidades del consumidor.

**Plaza:** Es el lugar donde se toman las decisiones para llegar al mercado objetivo

Respecto a la promoción Kerin, Berkowitz, Hartley y Rudelius (2004) argumentan que la **Promoción** es dar a conocer un producto a través de diferentes medios de relaciones públicas, publicidad, ventas.

Por último está el **Precio** en donde los autores anteriormente citados agregan que es la última parte y dependiendo de ciertas variables se selecciona el precio adecuado.



## **2.1.4 Estrategias de Marketing**

*“Lógica de marketing por medio de la cual las unidades de negocio esperan lograr sus objetivos de marketing”* (Kotler, 2008)

Son las acciones que se llevan a cabo con el fin de alcanzar un objetivo determinado en un tiempo establecido.

### **2.1.4.1 Tipos de estrategias de marketing**

(Sinclair C. O., 2012) Estrategia de liderazgo en costos: la empresa intenta mantener el coste más bajo frente al de la competencia para ofrecer al mercado un producto o servicio de precio bajo, con la intención de lograr un alto volumen de ventas.

- Estrategia de diferenciación: Posicionarse en la mente del consumidor, con el fin de que este lo recuerde.
  
- Estrategia de especialización: la empresa se concentra en uno o en unos segmentos de mercado concretos en los que puede tener ventaja competitiva. Se especializa y llega a un alto grado de diferenciación profundizando el buen servicio y la calidad.

### 2.1.5 Análisis FODA (Fortaleza, Oportunidades, Debilidades, Amenazas)



**Ilustración 3: FODA**

**Fuente: Kenneth Andrews y Roland Christensen**

**Elaborado por: Autores**

### 2.1.6 Estrategias de mercadotecnia

(Fischer, 2011, p. 36) Afirma que es: *“Es el punto clave de un plan de acción para utilizarse los recursos de una empresa con el fin de alcanzar sus metas, estas pueden obtenerse por diferentes caminos por lo que la estrategia señala como pueden lograr. Las estrategias son las decisiones que se requieren para lograr un objetivo. De hecho, la estrategia comprende la selección y el análisis del mercado, es decir, la elección y el estudio del grupo de las personas que se desea llegar y la creación y permanencia de la mezcla de mercadotécnica que las satisfaga.”*

El éxito radica en la estrategia que se proponga utilizando los recursos de la empresa para así como resultado se logre alcanzar los objetivo planteados.

## **2.1.7 Plan de Marketing**

(Sinclair C. O., 2012, p. 146) *“Es una herramienta de gestión por la que se determinan los pasos a seguir, las metodologías y tiempos a alcanzar unos objetivos determinados. El plan de marketing es la guía que orienta para la toma de decisiones comerciales, es decir una guía para la acción”.*

Un plan de marketing es una guía la cual permite que se cumplan los puntos establecidos en la misma con el fin de alcanzar un beneficio mayor para la cual fue desarrollada en un periodo de tiempo establecido.

### **2.1.7.1 Elementos del plan de marketing**

El plan de marketing debe exponer de forma específica los elementos siguientes:

- Los objetivos comerciales: se definen después de realizar los estudios e investigaciones pertinentes (análisis de la situación interna y externa).
- Las políticas comerciales: deben estar en constancia con la política general de la empresa, que según los objetivos previamente fijados definen la actividad y ejecución empresarial.
- Las acciones a ejecutar por la empresa: estarán programadas según el tiempo establecido para el plan de marketing y evaluadas desde el punto de vista financiero.

### **2.1.7.2 Finalidades del plan de marketing**

El plan de marketing al menos cumple tres finalidades muy importantes:

1. Es una guía escrita que señala las estrategias y tácticas de marketing que deben implantarse para alcanzar los objetivos concretos en periodos de tiempos definidos.
2. Determina quién es el responsable, de qué actividades, cuándo hay que realizarlas y cuánto tiempo y dinero se les puede dedicar.
3. Sirve como mecanismo de control, es decir, establece control de estándares con los cuales se puede evaluar el progreso.

### **2.1.7.3 Fases del plan de marketing**

(Sinclair C. O., 2012, p. 148): *El proceso de planificación de marketing se realiza a través de una serie de fases que son secuenciales, de forma que cada una depende de las anteriores. Tiene un orden que conviene respetar para evitar cometer errores.*

1. Análisis y diagnóstico de la situación.
2. Segmentación y Público objetivo.
3. Fijación de objetivos y cuota de venta.
4. Planes de acción: estrategias y tácticas.
5. Recursos necesarios para respaldar las estrategias.

(Fischer, 2011, pp. 120-121) *“El plan de marketing debe ser una aproximación realista con la situación de la empresa, su elaboración debe ser detallada y completa, debe incluir y desarrollar todos los objetivos ser practico y asequible para todo el personal de la empresa y tener una horizonte temporal”.*

En resumen, un plan de marketing debe ser un estado profundo y detallado de quien lo realiza el cual debe ser utilizado por la empresa la cual lo vaya a ejecutar y poner en marcha los objetivos planteados en el lugar y tiempo establecido en el mismo.

## 2.2 Marco conceptual

ATRACTIVO TURÍSTICO: “es un lugar de interés que los turistas visitan, generalmente por su valor cultural, significancia histórica, belleza natural o artificial, originalidad, porque es raro, misterioso, o para la recreación y diversión.” (Reyna, 2011)

CONSUMIDOR: “Persona o conjunto de personas que satisface sus necesidades mediante el uso de los bienes y servicios generados en el proceso productivo.” (InfoEconomía, 2009)

DESTINO TURÍSTICO: “Espacio geográfico determinado con rasgos propios de climas, raíces, infraestructura y servicios con cierta capacidad administrativa para desarrollar instrumentos comunes de planificación. Este espacio atrae a turistas con productos perfectamente estructurados y adaptados a las satisfacciones buscadas, gracias a la puesta en valor y a los atractivos disponibles; dotado de una marca que se comercializa teniendo en cuenta su carácter integral.” (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2014)

TURISMO RURAL COMUNITARIO: ‘es toda actividad turística que se desarrolla en el medio rural, de manera planificada y sostenible, basada en la participación de las poblaciones locales organizadas para beneficio de la comunidad, siendo la cultura rural un componente clave del producto’. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2014)

ECOSISTEMA: “El ecosistema es el conjunto de especies de un área determinada que interactúan entre ellas y con su ambiente abiótico; mediante procesos como la depredación, el parasitismo, la competencia y la simbiosis, y con su ambiente al desintegrarse y volver a ser parte del ciclo de energía y de nutrientes. Las especies del ecosistema, incluyendo bacterias, hongos, plantas y animales dependen unas de otras. Las relaciones entre las especies y su medio, resultan en el flujo de materia y

energía del ecosistema” (Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad, 2014)

ESTRATEGIAS: “es un conjunto de acciones planificadas sistemáticamente en el tiempo que se llevan a cabo para lograr un determinado fin o misión.” (Wikipedia C. , 2014)

ETNIA: “es uno de los numerosos términos que designan a un grupo humano, o a un tipo de grupo humano. Se buscan los factores de cohesión y de pertenencia de las etnias del lado de los valores y de las representaciones: cultura común, comunidad de lengua y, de un modo más general, sentimiento de pertenencia. Frecuentemente se intenta buscarles a las etnias raíces en el pasado, en relación con una historia común, más o menos mítica” (Ecuador Gente Bonita, 2014)

EXTRANJERO: “Qué es o viene de país de otra soberanía” (Real Academia Española, 2001)

FAUNA: “La fauna es el conjunto de especies animales que habitan en una región geográfica, que son propias de un período geológico. Ésta depende tanto de factores abióticos como de factores bióticos. Entre éstos sobresalen las relaciones posibles de competencia o de depredación entre las especies. Los animales suelen ser sensibles a las perturbaciones que alteran su hábitat; por ello, un cambio en la fauna de un ecosistema indica una alteración en uno o varios de los factores de éste” (Wikipedia, Wikipedia, 2014)

FLORA: “se refiere al conjunto de las plantas que pueblan una región (por ejemplo un continente, clima, sierra, etc.), la descripción de éstas, su abundancia, los períodos de floración, etc.” (Wikipedia, Wikipedia, 2014)

HOTEL: “es un edificio planificado y acondicionado para otorgar servicio de alojamiento a las personas temporalmente y que permite a los visitantes sus desplazamientos. Los hoteles proveen a los huéspedes de servicios adicionales como

restaurantes, piscinas y guarderías. Algunos hoteles tienen servicios de conferencias y animan a grupos a organizar convenciones y reuniones en su establecimiento.”  
(Hotelería, 2011)



## **CAPITULO III**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1 Diseño**

Dado que existen dos tipos de investigación, la aplicada y la básica, se llevará a cabo en esta investigación la aplicada, ya que se investiga dentro de las posibles soluciones aquellas que pueden ser las más adecuadas a los contenidos específicos de los problemas detectados.

#### **3.2 Investigación Exploratoria**

Se utilizará diseños de investigación mixto, tanto exploratorio cualitativo como diseños de investigación descriptiva cuantitativa, para las cuales se utilizará fuentes de información primaria como las entrevistas, las encuestas y fuentes de investigación secundaria como libros, revistas, internet, etc.

##### **3.2.1 Recolección de la información secundaria**

Para llevar a cabo el cálculo de la muestra en este proyecto, se tomará información de los habitantes de la ciudad de Guayaquil, se acudirá a la información secundaria que brindará el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

Una vez obtenidos los datos de la población, se presentará el número de personas a encuestar, con el fin de desarrollar un óptimo plan de marketing para la Isla.

##### **3.2.2 Entrevistas de profundidad**

Para llevar a cabo la entrevista se programó una cita con la presidenta de la comuna Santay, la señora Elsa Rodríguez, con el fin de obtener información de los atractivos de la Isla Santay, la situación actual de sus habitantes, planes a futuro, servicio al cliente y la inclusión de la misma como parte de un tour turístico.

Para el diseño de la entrevista se desarrolló el siguiente cuestionario:

- 1.- ¿Cuál cree usted que son los atractivos más importantes que posee la Isla?
- 2.- ¿Qué tipo de visitantes acuden con más frecuencia a la Isla?
- 3.- ¿Cuál es la reacción de los habitantes de la comuna Santay con respecto al giro turístico que ha tenido la Isla?
- 4.- ¿Cree usted que ha sido suficiente la promoción turística que ha recibido la Isla Santay?
- 5.- ¿Actualmente se sigue algún régimen de capacitación para los habitantes de la Isla que actúan como prestadores de servicios turísticos?
- 6.- ¿La comuna Santay está lista para el ‘turismo masivo’?
- 7.- ¿Cómo manejan el hecho de que algunos ciudadanos irrespetan lugares regenerados y/o mantenidos intocables para el turismo ecológico?
- 8.- ¿Cómo visualiza a la Isla Santay dentro de 5 años?

### **3.3 Investigación Descriptiva**

Los datos se obtendrán a través de encuestas y observaciones con el fin de alcanzar la información primaria correspondiente para la elaboración del Plan de Marketing para la Isla.

#### **3.3.1 Encuesta**

Se utilizará como herramienta La Encuesta a través de la recolección de datos mediante un cuestionario enfocado a una muestra obtenida la cual representa la población general de la que procede. Por medio de esta información se podrá conocer el comportamiento de los ciudadanos, opiniones y actitudes.

Dicha encuesta se llevará a cabo en diferentes puntos de la ciudad de Guayaquil así como también se hará uso de la tecnología se realizará por teléfono, vía correo postal, o por Internet (página web o vía correo electrónico).

### 3.4 Tamaño de la muestra

Para el estudio se tomará como muestra la población de la ciudad de Guayaquil en un rango estadístico el cual comprende entre las edad de 15 – 64 años sin considerar su género ni el perímetro urbano en donde habitan. Guayaquil tiene una población total de **1'537.492**

Para el cálculo de nuestra muestra se acudió a la página web: <http://www.med.unne.edu.ar/biblioteca/calculos/calculadora.htm> que nos facilitará los resultados. (Universidad Nacional del Nordeste, 2014)<sup>3</sup>

**Tabla 1:  
Datos para cálculo de la muestra**

VARIABLE	VALOR
<b>N</b>	2'278.691
<b>z</b>	95%
<b>e</b>	5.66%
<b>p</b>	50%
<b>q</b>	1-p

**Elaborado por: Autores**

---

<sup>3</sup> Tomado de la web: <http://www.med.unne.edu.ar/>

#### Ilustración 4: Calculo de la muestra

**CALCULADORA PARA OBTENER EL TAMAÑO DE UNA MUESTRA**

¿Qué porcentaje de error quiere aceptar? 5% es lo más común	5.66 %	Es el monto de error que usted puede tolerar. Una manera de verlo es pensar en las encuestas de opinión, este porcentaje se refiere al margen de error que el resultado que obtenga debería tener, mientras más bajo por cierto es mejor y más exacto.
¿Qué nivel de confianza desea? Las elecciones comunes son 90%, 95%, o 99%	95 %	El nivel de confianza es el monto de incertidumbre que usted está dispuesto a tolerar. Por lo tanto mientras mayor sea el nivel de certeza más alto deberá ser este número, por ejemplo 99%, y por tanto más alta será la muestra requerida.
¿Cual es el tamaño de la población? Si no lo sabe use 20.000	1537492	¿Cual es la población a la que desea testear? El tamaño de la muestra no se altera significativamente para poblaciones mayores de 20.000.
¿Cual es la distribución de las respuestas? La elección más conservadora es 50%	50 %	Este es un término estadístico un poco más sofisticado, si no lo conoce use siempre 50% que es el que provee una muestra más exacta.
La muestra recomendada es de	300	Este es el monto mínimo de personas a testear para obtener una muestra con el nivel de confianza deseada y el nivel de error deseado. Abajo se entregan escenarios alternativos para su comparación.

**Escenarios alternativos para su muestra**

Con una muestra de	100	200	300	Con un nivel de confianza de	90	95	99
Su margen de error sería	9.80%	6.93%	5.66%	Su muestra debería ser de	212	300	518

**Fuente: Universidad del Nordeste de Argentina.  
Elaborado por: Autoras**

### 3.5 Segmentación

Como se menciona arriba se ha segmentado el mercado sin distinciones de sexo entre las edades del 15 – 64 años en los que se incluye a las familias de la ciudad de Guayaquil y se segmentará a las familias que habitan en dicha ciudad, con el fin de recrear a niños, adultos y adultos mayores.

Dicha segmentación permitirá identificar mejor si el proyecto es viable y de esa manera establecer una estrategia para lograr mayor eficiencia y eficacia en la atención de dicho segmento de mercado, de igual manera se tendrá una idea más clara de lo que los turistas quieren, que tipo de atractivo desean descubrir y las actividades que desean experimentar sin tener en cuenta su estatus social puesto que dicho atractivo turístico está dirigido para toda clase de personas sin distinción social.

### 3.6 Objetivo de la encuesta

Conocer las opiniones y necesidades de los ciudadanos a cerca de la Isla Santay, enfocada al target seleccionado para el proyecto

### 3.7 Diseño de la encuesta

1.- ¿Ha realizado una visita a la Isla Santay? Si es NO continúe a la pregunta N°3 y si su respuesta es SI continúe a la pregunta N°2

- Si
- No

2.- ¿Con quién ha realizado una visita a la Isla Santay? (Continúe con la pregunta #4)

- Amigos
- Familia
- Solo
- Otros \_\_\_\_\_

3.- ¿Debido a qué razones considera su desconocimiento? Luego diríjase a la pregunta N°10

- Falta de promoción turística
- Falta de interés
- Falta de tiempo
- Otro \_\_\_\_\_

4.- ¿Con qué frecuencia ha visitado la Isla Santay?

- 1 a 3 veces por semana
- 1 a 3 veces por mes
- 1 a 3 veces por año
- Otro \_\_\_\_\_

5.- ¿Por qué medios ha escuchado sobre la Isla Santay?

- Correo electrónico
- Redes sociales
- Radio y televisión
- Periódicos y revistas

6.- ¿Cuál es el motivo por el que ha visitado la Isla Santay? Escoja una respuesta.

- Deporte / Relajación
- Trabajo
- Turismo
- Salida Familiar

7.- ¿Volvería a visitar la Isla Santay?

- Si
- No

8.- ¿Qué tipo de actividades y/o atracciones le gustaría encontrar en la Isla Santay?

- Tiendas comerciales
- Restaurantes
- Recreación para niños
- Pequeño zoológico

9.- ¿Qué actividades y/o servicios se deberían reforzar en la Isla Santay? Especifique

- Especifique \_\_\_\_\_

10.- ¿Por qué medios le gustaría conocer de las actividades de la Isla Santay?

- Correo electrónico
- Redes sociales
- Radio y televisión
- Periódicos y revistas

11.- ¿Cuánto está dispuesto a pagar por un recorrido por la Isla Santay? Incluya restaurante, paseos en lancha, compra de artesanías.

- De \$1 a \$5
- De \$6 a 10
- De \$11 a \$15
- De \$15 en adelante

12.- Especifique el rango de edades en el que se encuentre

- 15 – 28
- 29 – 39
- 40 – 50
- 51 – 59
- 60 en adelante

13.- Especifique su ocupación

- Estudiante
- Profesional
- Ama de casa
- desempleado
- Jubilado

14.- Especifique el valor de su ingreso mensual

- \$0 - \$200
- \$200 - \$400
- \$400 - \$600
- \$600 en adelante
- 

**Fin de la encuesta. Gracias por su colaboración.**

### 3.8 Análisis de la investigación descriptiva

En este segmento se revisará los resultados de la encuesta, en el cual el diseño de la misma está detallado antes. Con un total de 14 preguntas se elaboró la encuesta, a los habitantes mayores de 15 años y un máximo de 64, cumpliendo con nuestro target determinado.

Dichas encuestas fueron repartidas en diferentes sectores de la ciudad, sector de Bellavista, Samanes, Malecón 2000 y en las instalaciones de la UCSG.

A continuación se detallará el resultado de cada pregunta, cabe recalcar que esta información es de suma importancia para este presente proyecto, ya que facilitará la información precisa que se requiere saber, por cual medio desea el target ser informado de las novedades e iniciativas de la Isla.

#### 3.8.1 Resultados de la encuesta



**Ilustración 5: Visitas a la Isla Santay.**

**Fuente: Encuestas.**

**Elaborado por: Autores**



**Tabla 2: Visita a la Isla Santay.**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>SI</b>	75	25,00%	25,00%
<b>NO</b>	225	75,00%	<b>100,00%</b>
<b>TOTAL</b>	300	<b>100,00%</b>	

**Fuente: Encuestas.  
Elaborado por: Autores**

En la primera pregunta realizada se tomó en consideración que sea respondida por nuestros 300 encuestados, en los resultados analizados, podemos concluir que el 75% de las personas no conocen la Isla Santay, mientras el 25% si; para poder saber el porque este 75% no ha visitado la Isla, se formuló otra pregunta que más adelante será analizada.



**Ilustración 6: Con quienes visita la Isla.  
Fuente: Encuestas.  
Elaborado por: Autores**

**Tabla 3: Con quienes visita la Isla.**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Amigos	42	56,00%	56,00%
Familia	25	33,33%	89,33%
Solo	8	10,67%	100,00%
Otros	0	0,00%	100,00%
TOTAL	75	100,00%	

**Fuente: Encuestas.**

**Elaborado por: Autores**

En esta sección se consideró el porcentaje del 25% que ha asistido a la Isla Santay, en el cuando queremos saber con quienes visitan el sitio, obtenido el mayor porcentaje en amigos con el 56%, que lleva a concluir que la gran parte del target dispone a pasar más tiempo con sus amigos para actividades de ocio, y el 33% en compañía con la familia, sin dejar atrás al 10,67% que prefiere ir solo.

Es importante destacar que la mayor parte de las encuestas fue realizada en la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, puede que esto influya, el hecho de que se obtenga un 56% que acuden con amigos, pero no hay que dejar de lado que aquellos encuestados fueron personas mayores de 18 años, es decir 3 más de lo que se tomó en consideración para este estudio.

Fácilmente entran a nuestro target y al incluir a amigos, estamos hablando de que duplicaría, triplicaría el número de visitantes a la Isla, lo mismo ocurre con el porcentaje que acude con la familia.



**Ilustración 7: Razones de desconocimiento.**

**Fuente: Encuestas.**

**Elaborado por: Autores**

**Tabla 4: Razones de desconocimiento.**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Falta de promoción turística	198	88,00%	88,00%
Falta de interés	0	0,00%	88,00%
Falta de tiempo	27	12,00%	100,00%
Otros	0	0,00%	
<b>TOTAL</b>	<b>225</b>	<b>100,00%</b>	

**Fuente: Encuestas.**

**Elaborado por: Autores**

Esta pregunta fue respondida por los 225 encuestados que afirmaron que no han visitado la Isla Santay y para conocer el motivo por el que no conocen se los hizo ir a la pregunta número 3 en la que detallan a que se debe su respuesta, el 88% comparte que es por falta de una promoción turística, se hará énfasis al saber que este proyecto tendrá un valor en la administración de la Isla, ya que carece de un plan de

marketing, pues ahora poseen gran cantidad de visitantes por la novedad de la llegada más fácil que se da hacia el lugar, que es mediante el puente construido por el Estado ecuatoriano, para conectar la Isla con la ciudad de Guayaquil, pero que pasará cuando esto deje de ser una novedad, hay que desde ya trabajar por ello.

Un 12% de los encuestados no acuden a la Isla por tiempo, no es relevante un 12 % en comparación con el 88%, pero que si se podría trabajar en ello, de manera de incentivos por realizar algo diferente a la cotidianidad de la ciudad, el estrés del trabajo y las preocupaciones familiares.



**Ilustración 8: Frecuencia de visita.**  
**Fuente: Encuestas.**  
**Elaborado por: Autores**

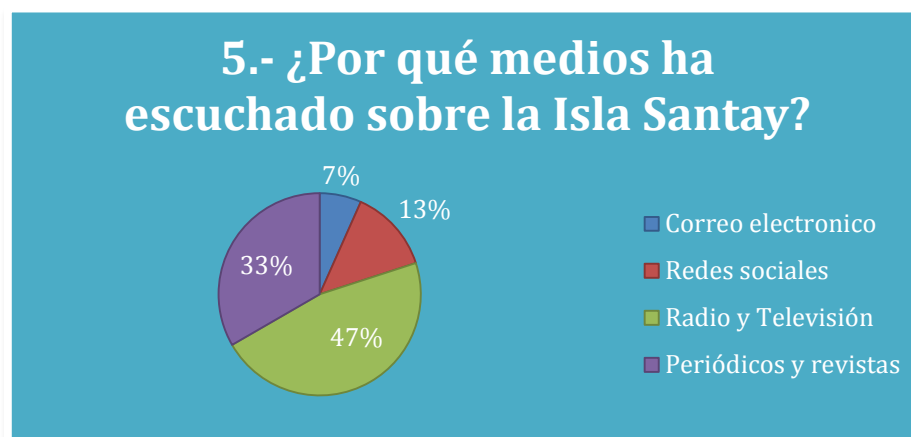
**Tabla 5: Frecuencia de visita.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1 a 3 veces por semana	5	6,67%	6,67%
1 a 3 veces por mes	20	26,67%	33,33%
1 a 3 veces por año	50	66,67%	100,00%
TOTAL	75	100,00%	

**Fuente: Encuesta.**  
**Elaborado por: Autores**

En la pregunta numero 4 de nuestra encuesta tiene como objetivo determinar la frecuencia con la que es visitado la Isla, el 6.67% que fueron 5 personas de los encuestados respondieron de 1 a 3 veces por semana.

26,67% de 1 a 3 veces por mes, y el 66,67% de a 1 a 3 años, se infiere que se deben estos resultados a la falta de actividades que aun no se han inaugurado en la Isla, pero que están por darse.



**Ilustración 9: Medios que ha escuchado de la Isla.**

**Fuente: Encuestas.**

**Elaborado por: Autores**

**Tabla 6: Medios que ha escuchado de la Isla.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Correo electrónico	5	6,67%	6,67%
Redes sociales	10	13,33%	20,00%
Radio y Televisión	35	46,67%	66,67%
Periódicos y revistas	25	33,33%	100,00%
TOTAL	75	100,00%	

**Fuente: Encuestas.**

**Elaborado por: Autores**

La respuesta del 46.67% que tiene este medio por el cual afirma haber escuchado sobre la Isla, es gracias a aquella publicidad que se ha hecho sin ser estructurada

como tal, sino por hacer noticia, por ejemplo la inauguración del puente, la gran acogida que ha tenido el lugar, el festival gastronómico que se realizó, entre otras cosas.

Y por radio cada vez que fue nombrada la Santay por parte de propagandas ministeriales.

Mediante periódicos y revistas el 33% lo ha visto, 13,33% mediante redes sociales, que ven como una oportunidad para trabajar en ello, ya que es de muy bajo costo hacer publicidad mediante páginas sociales, más bien se necesita de constancia y de crear novedades en el sitio.

El 6.67% por medio de correos electrónico, no representa gran número, pero mediante mails se puede llegar a muchas familias que de una u otra manera uno de sus miembros manejen sus bandejas de entradas.



**Ilustración 10: Motivos de visita.**

**Fuente: Encuestas.**

**Elaborado por: Autores**

**Tabla 7: Motivos de visita.**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Deporte/Relajación	32	42,67%	42,67%
Trabajo	0	0,00%	42,67%
Turismo	5	6,67%	49,33%
Salida Familiar	38	50,67%	100,00%
<b>TOTAL</b>	<b>75</b>	<b>100,00%</b>	

**Fuente: Encuestas**  
**Elaborado por: Autores**

¿Cuál es el motivo por el que ha visitado la Isla Santay? De 75 personas que respondieron esta pregunta, 38 respondieron que fue por salida familiar. En la que incluyen a los amigos como parte de ello.

32 lo hacen por relajación o deporte, es importante destacar que la Isla promueve la actividad de ejercicios, ya sea en ciclismo, senderismo o caminatas. Por relajación ya que el lugar al ser un humedal aporta un aire mucho mas puro que la ciudad de Guayaquil y la de Durán.

Por motivos de turismo solo 5 personas, para darle otra tonalidad a la situación del porque poco porcentaje es el que acude a la Isla por turismo, se puede tomar como un punto a favor, ya que no se necesita de algún feriado vacacional en el país para visitar el lugar, o de algunas vacaciones extras por parte del trabajo.



**Ilustración 11: Volvería a la Isla.  
Fuente: Encuestas.  
Elaborado por: Autores**

**Tabla 8: Volvería a la Isla.**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
SI	29	38,67%	38,67%
NO	46	61,33%	100,00%
TOTAL	75	100,00%	

**Fuente: Encuestas  
Elaborado por: Autores**

En este segmento no se recibieron respuesta favorable al ver que el 61,33% de los 75 que ya han acudido a la Isla, no regresarían, pudimos conversar con algunos de ellos, y manifestaron que no regresarían porque no existe mayor actividad dentro de la misma.

Se espera que con todos los proyectos y actividades que tiene Ministerio de Ambiente incorporar en el sitio, sirva para el retorno de quienes ya la visitan.

Y el porcentaje restante optó por regresar, les preguntamos a 3 de los 29 que respondieron si, porque regresarían, nos afirmaron que es por su aire puro y la naturaleza que ofrece la Isla que les queda tan cerca de sus hogares.



## 8.- ¿Qué tipo de actividades y/o atracciones le gustaría encontrar en la Isla Santay?



**Ilustración 12: Actividades nuevas.**

**Fuente: Encuestas.**

**Elaborado por: Autores**

**Tabla 9: Actividades nuevas.**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Tiendas comerciales	2	2,67%	2,67%
Restaurantes	18	24,00%	26,67%
Recreación para niños	2	2,67%	29,33%
Pequeño zoológico	53	70,67%	100,00%
<b>TOTAL</b>	<b>75</b>	<b>100,00%</b>	

**Fuente: Encuestas**

**Elaborado por: Autores**

Entre las actividades que les gustaría encontrar obtuvo el mayor porcentaje el pequeño zoológico, fueron 53 personas que desean esto, 18 de los 75 encuestados les parece que un restaurante es una buena atracción para la isla. Actualmente la isla posee un comedor comunitario en el que se destacan muchos platos típicos del lugar, entre los más populares tenemos el pescado frito con patacones y los ceviches.

Recreación para niños el 2,67% y el porcentaje restante que es el 2,67% optaron por tiendas comerciales.

Dentro de los proyectos que están propuestos para el lugar existe la opción de recreación, la mayor parte de ellos son para adultos, y se incrementará tiendas de artesanías, gracias al puente que conecta Durán a la Santay recién inaugurado.

La pregunta número nueve fue enfocada para hacer énfasis en actividades ya existentes en el lugar, con el fin de mejorar dicho servicio o actividad que se mencione por parte de los encuestados, a continuación la pregunta formulada:

### 9.- ¿Qué actividades se deberían reforzar en la Isla Santay?

La mayor parte de los que respondieron esta pregunta, relatan que debería reforzarse la cocodrilera, ya que nos comentan que son muy pocos los que se encuentran en el lugar. Hay que destacar que estos reptiles fueron traídos desde el Parque Histórico hacia la Isla, como parte de refugio, se espera que sigan incrementando mas reptiles en el sitio para así complacer a los turistas.



**Ilustración 13: Medios de comunicación.**

**Fuente: Encuestas**

**Elaborado por: Autores**

**Tabla 10: Medios de comunicación.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Correo electrónico	24	8,00%	8,00%
Redes Sociales	85	28,33%	36,33%
Radio y televisión	157	52,33%	88,67%
Periódicos y revistas	34	11,33%	100,00%
TOTAL	300	100,00%	

**Fuente: Encuestas.  
Elaborado por: Autores**

Si bien es cierto uno de los mayores atractivos que debe tener un lugar son sus actividades, pero como llegar al target enfocado para informar de aquellas actividades fue la pregunta que se formuló, con el fin de obtener la información directa desde los 300 encuestados, de por qué medio les gustaría enterarse de novedades en la Isla.

El 52,33% prefirieron radio y televisión, el 28,33% redes sociales, 11,33% periódicos y revistas y como menor respuesta con el 8% fue por correos electrónicos.



**Ilustración 14: Precios por un recorrido.  
Fuente: Encuestas.  
Elaborado por: Autores**

**Tabla 11: Precios por un recorrido.**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
De \$1 a \$5	32	10,67%	10,67%
De \$6 a \$10	95	31,67%	42,33%
De \$11 a \$15	132	44,00%	86,33%
De \$15 en adelante	41	13,67%	100,00%
<b>TOTAL</b>	<b>300</b>	<b>100,00%</b>	

**Fuente: Encuestas**  
**Elaborado por: Autores**

Se formuló esta pregunta con el fin de saber cuántos están dispuestos a pagar por un recorrido en la Isla ya que como parte de una promoción, se deben dar a conocer precios cómodos para los futuros turistas, precios que estén al alcance de todos.

El 44% está dispuesto a pagar de \$11 a \$15 por un recorrido en el que incluiría paseo en lancha, un refrigerio, un pequeño recorrido alrededor de la Isla, en el cual se observen aves y los diferentes manglares que posee el sitio y el senderismo dentro de la Isla.

Es importante hacer hincapié de que se deben obtener los permisos necesarios por parte de la capitanía para poder gestionar dicha actividad.

95 Personas decidieron pagar de \$6 a \$10, mientras que 41 prefieren pagar el valor más alto propuesto, que fue de \$15 en adelante, si bien es cierto mientras más elevado es el precio, tenemos mayores expectativas, se pensó en incluir en este valor, algún deporte acuático como el canoeing, se lo realizaría con un guía nativo de la Isla.

## 12.- Especifique el rango de edades en el que se encuentre



**Ilustración 15: Edad**

**Fuente: Encuestas**

**Elaborado por: Autores**

**Tabla 12: Edad**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
15-28	96	32,00%	32,00%
29-39	40	13,33%	45,33%
40-50	83	27,67%	73,00%
51-59	67	22,33%	95,33%
60 en adelante	14	4,67%	100,00%
<b>TOTAL</b>	<b>300</b>	<b>100,00%</b>	

**Fuente: Encuestas**

**Elaborado por: Autores**

Para saber la edad de quienes se ha encuestado, en esta pregunta se interrogó por rango la edad que tenía cada persona, en el primer rango se obtiene de 15 a 28 años y es quien ocupa la mayoría, con el 32%, estos resultados se debe a que la gran parte de encuestas fueron dirigidas en la Universidad Católica Santiago de Guayaquil.

El rango de 29 a 39 años obtuvieron el 13,33%, parte de estas 40 personas fueron de la Universidad, como profesores, así como del Malecón 2000 que fueron personas que se encontraban en el lugar descansando o realizando compras.

Por parte de Bellavista y Samanes se logró realizar la encuesta a personas mayores de 51 años en adelante, quienes brindaron importante información, para saber cuales son los gustos y preferencia de ellos, que también entran al target. A muchos de ellos se optó por llenarlos uno mismo en vez de ellos, nos decían sus respuestas y anotábamos dicha información.



**Ilustración 16: Ocupación**

**Fuente: Encuestas**

**Elaborado por: Autores**

**Tabla 13: Ocupación**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Estudiante	140	46,67%	46,67%
Profesional	88	29,33%	76,00%
Ama de casa	35	11,67%	87,67%
Desempleado	19	6,33%	94,00%
Jubilado	18	6,00%	100,00%
TOTAL	300	100,00%	

**Fuente: Encuestas**

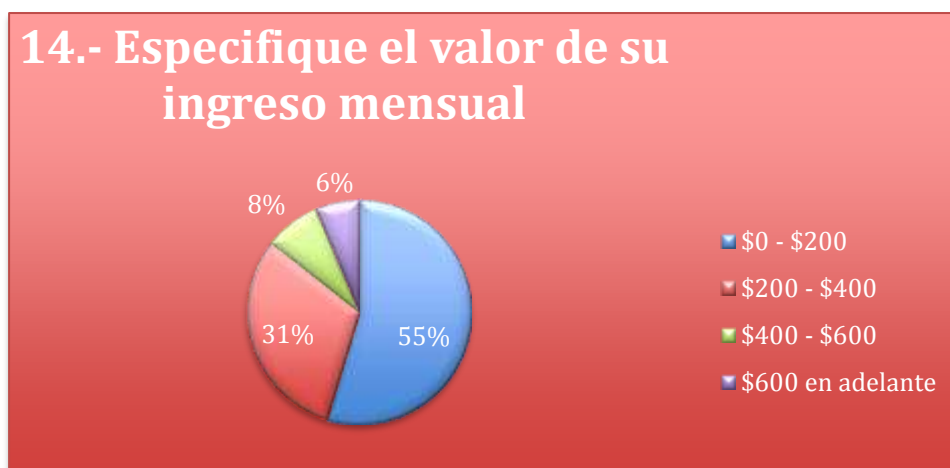
**Elaborado por: Autores**

En la pregunta numero 13 se pidió que los encuestados especifiquen su ocupación, con el fin de saber a qué tipo de mercado se está apuntando, como se encuentra su estabilidad financiera.

Estudiantes fueron la gran parte con el 46,67% pues como ya ha sido nombrado anteriormente, la mayor parte de encuestas fue en una unidad universitaria.

Profesionales 29,33% de los cuales también fueron dentro de la universidad y de lugares como Samanes y Bellavista, la gran parte del Malecón obtuvo el 11,67% que se dedican a actividades domesticas, 6,33% personas desempleados, que se encuentran dentro del rango de las edades que comprenden entre 15 a 28 años, tomando en consideración que los desempleados pueden ser mayoritariamente lo menores de 18, pero que son mantenidos en sus hogares por sus padres o con quienes estén conviviendo.

El 6% es de jubilados, que también es de suma importancia tener el criterio de ellos dentro de este proyecto.



**Ilustración 17: Ingreso mensual**  
**Fuente: Encuestas**  
**Elaborado por: Autores**

**Tabla 14: Ingreso mensual**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
\$0 - \$200	164	54,67%	54,67%
\$200 - \$400	93	31,00%	85,67%
\$400 - \$600	24	8,00%	93,67%
\$600 en adelante	19	6,33%	100,00%
<b>TOTAL</b>	<b>300</b>	<b>100,00%</b>	

**Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Autores**

Dentro del 54,67% de las personas que obtienen el nivel de ingreso más bajos expuestos en la pregunta, se debe a que realizan trabajos a medio tiempo, debido a sus estudios, y en otros casos, porque reciben un dinero semanal, quincenal o mensual por sus padres.

De los que poseen un trabajo a tiempo completo tenemos el 31% que la mayor parte de ellos trabajan en una empresa, y su sueldo es básico, del 8% se deduce que son los profesionales que ganan como tal ya que tienen de ingreso de \$400 a \$60 mensuales. Y el 6,33% con un ingreso del \$600 en adelante, que tienen más de un trabajo y que no se encuentran estudiando.

Se debe considerar que de una u otra manera todos reciben un ingreso mensual, que si existe manera de cómo pagar un recorrido por la Isla, o para alguna actividad de ocio.



## **CAPITULO IV**

### **ESTUDIO DEL MERCADO Y SITUACIÓN ACTUAL**

En este capítulo el objetivo principal será recolectar los datos posibles, para conocer el ambiente real al cual se va a enfrentar, así también se detectará situaciones no previstas.

Para la ayuda del desarrollo de este capítulo se contará con información de entrevistas y fuente de información secundaria que esté disponible como revistas, diarios, etc.

#### **4.1 Análisis del macro entorno**

*El Macro entorno son fuerzas mayores de la sociedad que afectan el Micro entorno como: fuerzas demográficas, económicas, naturales, tecnológicas, políticas y culturales. (Philip Kotler, 2003).*

Este capítulo se concentrará en conocer al ciudadano Guayaquileño, para ello tomaremos en cuenta aspectos culturales, tecnológicos, políticos y ambientales con el fin de que nos facilite el desarrollo del marketing para la Isla.

Este análisis ayudará a determinar posibles oportunidades y amenazas que podrían presentarse durante el proyecto.

#### **4.1.1 Factores Sociales**

Es aquella fuerza que actúa directamente dentro de la sociedad influyendo en opiniones y tomas de decisiones de sus habitantes

##### **4.1.1.1 Demografía**

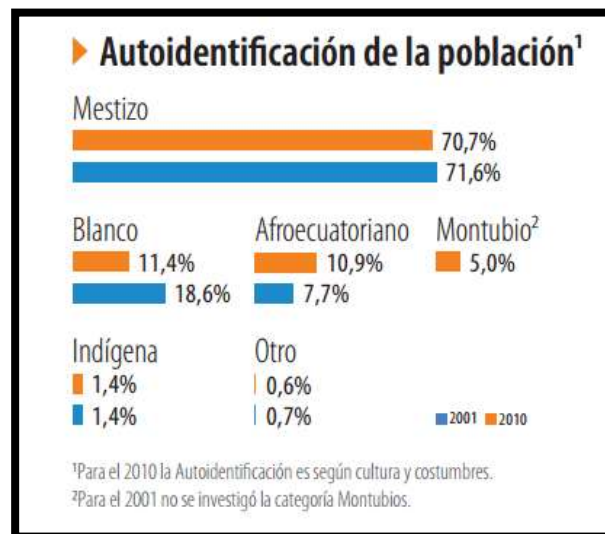
*La demografía es el estudio de poblaciones humanas en términos de tamaño, densidad, ubicación, sexo, edad, raza, ocupación y otros datos estadísticos. (Philip Kotler, 2003)*

La urbe porteña encabeza la lista de las ciudades más pobladas del país según datos del INEC 2010 en las que existen alrededor de 2'350,915<sup>4</sup> personas entre hombres y mujeres.

Los hogares ecuatorianos están confirmados en un promedio de cuatro (4) personas lo cual se ha reducido a diferencia de años anteriores. Un dato curioso es que 8 de cada 10 personas laboran fuera de la casa mientras que 2 de cada 10 trabajan dentro del hogar.<sup>5</sup>

La ciudad de Guayaquil alberga a personas de todos los lugares mas recónditos del Ecuador sea este de la Costa, Sierra, Amazonía e Insular.

En la siguiente gráfica se puede visualizar su clasificación según su raza.



**Ilustración 18: Auto identificación de Población**  
**Fuente: INEC**  
**Elaborado por: INEC**

<sup>4</sup> Tomado de la web:  
<http://redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain.inl>

<sup>5</sup> Tomado de la web: <http://www.ppelverdadero.com.ec/mi-guayaquil/item/guayaquil-es-la-ciudad-mas-poblada-segun-el-censo-2010.html>

#### 4.1.1.2 Población actual y Rango de edades existentes.

En la ciudad de Guayaquil existen:

AREA # 0901		GUAYAQUIL		
Grandes grupos de edad	Sexo	Hombre	Mujer	Total
		De 0 a 14 años	343,425	333,421
De 15 a 64 años		753,728	783,764	1,537,492
De 65 años y más		61,068	75,509	136,577
<b>Total</b>		<b>1,158,221</b>	<b>1,192,694</b>	<b>2,350,915</b>

#### Ilustración 19: Población en Guayaquil

Fuente: INEC

Elaborado por INEC

#### 4.1.2 Factores Económicos

(Hidalgo, 2013) Relata lo siguiente: “A partir de ese gran impulso económico se originó una mayor división del trabajo y se crearon las primeras organizaciones de trabajadores asalariados, algunos apoyados por el gobierno de Eloy Alfaro. El crecimiento económico estimuló la creación de una importante infraestructura en los sectores público y privado”.<sup>6</sup>

##### 4.1.2.1 Nivel de ingreso familiar

Se refiere a los ingresos de los miembros del hogar en el Ecuador el cual puede provenir de diferentes fuentes, tales como el trabajo, renta de propiedad y capital, así como otras transferencias que se incluye bonos alimenticios entre otros.

Su importancia dentro del proyecto Plan de Marketing dirigido a la Isla Santay es conocer cuánto están dispuestos a pagar para recibir un servicio sea este de recorridos, guianza, relajación y esparcimiento en dicha área.

<sup>6</sup> Texto tomado de la página web:

<http://www.telegrafo.com.ec/noticias/guayaquil/item/guayaquil-y-su-primera-modernidad-economica.html>

Según datos a través de los informes del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC) detalla 1

**Tabla 15 Promedio Mensual 1**

<b>Total Promedio Mensual</b>	<b>Gasto Promedio Mensual</b>
<b>\$892.90</b>	<b>\$809.60</b>

**Fuente: INEC**  
**Elaborado por: Autores**

En los gastos Monetarios de Consumo se destinan de la siguiente manera:

- ✓ 24.4% → Adquisición de alimentos y bebidas NO alcohólicas
- ✓ 14.6 % → Transporte

En lo que menos se gasta es en bebidas alcohólicas y tabaco → 0.7%

En el área Urbana se muestra lo siguiente:

**Tabla 16: Promedio Mensual 2**

<b>Total Promedio Mensual</b>	<b>Gasto Promedio Mensual</b>
<b>\$1046.30</b>	<b>\$943.20</b>

**Fuente: INEC**  
**Elaborado por: Autores**

Mientras que en el área Rural se detalla de esta manera:

**Tabla 17: Promedio Mensual 3**

<b>Total Promedio Mensual</b>	<b>Gasto Promedio Mensual</b>
<b>\$567.10</b>	<b>\$526.20</b>

**Fuente: INEC**  
**Elaborado por: Autores**

El análisis que estos datos permite tener un mayor conocimiento de la situación actual de los habitantes de la ciudad de Guayaquil para así de esa manera poder desarrollar actividades dentro del Plan de Marketing que estén al alcance de todos, estableciendo precios y servicios de calidad sin afectar negativamente al cliente potencial y que no sea visto como un gasto.

### **4.1.3 Factores Culturales**

Se diría que la cultural ecuatoriana es una mezcla de tradiciones y costumbres ancestrales de pueblos precolombinos por tanto es muy diversa a diferencia de otras.

#### **4.1.3.1 Costumbres**

Parte de la esencia de los guayaquileños son sus costumbres volviéndose su sello principal y carta de presentación.

Los tradicionales desfiles que se dan en diferentes actos conmemorativos entre los que destacan el Domingo de Ramos, así también como las fiestas cívicas del 25 de Julio y 09 de Octubre. Sin olvidar las leyendas urbanas típicas que se difunden de generación en generación dándole un toque de misterio a la urbe porteña.

La gastronomía también forma parte de las costumbres por su variedad de platos típicos que se encuentran en todos los rincones de la ciudad.



**Ilustración 20 Personal de Desfile**  
**Fuente: El Universo**  
**Elaborado por: EL Universo**

#### **4.1.3.2 Tiempo ocio**

Las diferentes actividades que realizan los guayaquileños en sus tiempos libres entre las que se destacan: actividades domesticas, cuidado personal, movilidad, trabajo, estudio, relajación y esparcimiento es primordial puesto que de esta manera se podrán desarrollar actividades que contribuyan a ocupar ese tiempo en familia, realizando actividades turísticas y de relajación.



**Ilustración 21 Actividades domésticas y cuidado personal**  
**Fuente: INEC**  
**Elaborado por: INEC**

- En la Ilustración 8 se puede ver claramente que el 11.80% de las personas realizan actividades domésticas que incluye asuntos del hogar contra la diferencia de 88,20% que se refiere al cuidado personal. Estas cifras son realmente importantes en el desarrollo de un Plan de Marketing puesto que permiten ver claramente que las personas tienen un gran porcentaje de tiempo libre el cual puede ser ocupado de manera positiva si se realizan actividades al aire libre que involucre distracción y relajamiento ya sea entre los días de la semana o los fines de semana en familia, amigos o solos.

Se debe presentar una idea novedosa en la Isla Santay la cual capte la atención de los propios y extraños.



**Ilustración 22 Actividades domésticas por sexo**

**Fuente: Inec**

**Elaborado por Inec**

Se observa que las mujeres ocupan sus 24h a realizar actividades domésticas, es decir permanecer su mayor parte del tiempo dentro del hogar lo cual no significa que están ocupadas esa parte de tiempo. Mientras que los hombres ocupan 6h a realizar las mismas actividades.

Se pueden realizar acciones en las que se distribuya su tiempo libre y entre sus opciones de esparcimiento incluyan una visita a la Isla Santay



**Ilustración 23 Tiempo libre**

**Fuente: Inec**

**Elaborado por Inec**



Los Guayaquileños en sus tiempos libres acostumbran a dirigirse a lugares públicos estratégicos del puerto principal y que se destacan en un recorrido por Guayaquil:

- El Malecón 2000.
- El Malecón del Salado.
- Las Peñas
- Los Museos.
- El Cerro Santa Ana
- La Biblioteca Municipal
- La calle 9 de Octubre

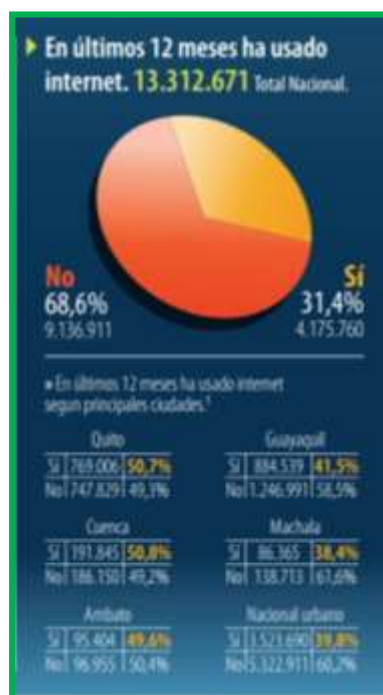
Y en la actualidad se dirigen a la Isla Santay.

#### **4.1.4 Factores tecnológicos**

Según un informe del Diario el Universo el Ecuador se encuentra en el lugar 81 de 157 países dentro del ranking ITIC (Índice de Tecnología de Información y Comunicación) lo que indica que se mantiene en un punto intermedio en desarrollo. El informe de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) muestra que ‘más de 250 millones de personas se conectaron en línea por primera vez y a finales del 2013 se preveía que cerca del 40% de la población mundial estuviera usando internet, es decir, 2. 000 millones’.<sup>7</sup> (Universo, 2014)

---

<sup>7</sup> Fuente Diario el Universo: [http://www.eluniverso.com/noticias/2014/01/05/nota/1983216/ecuador-  
puesto-81](http://www.eluniverso.com/noticias/2014/01/05/nota/1983216/ecuador-puesto-81)



Guayaquil		
Sí	884.539	41,5%
No	1.246.991	58,5%

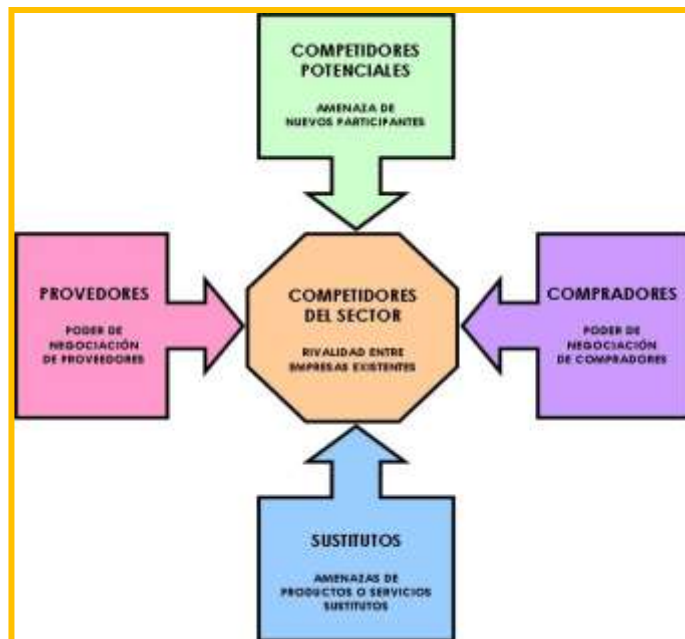
**Ilustración 24 Usuarios de Internet**  
**Fuente: Inec**  
**Elaborado por: Inec**

Como se observa en el gráfico (**ver ilustración 24**) en Guayaquil el 41.5% hace uso del internet ya sea a través de sus Smartphone o por medio de otros aparatos electrónicos a pesar de que en la actualidad el uso de teléfonos inteligentes se ha vuelto una necesidad no solo en los jóvenes sino también en los adultos que lo han empezado a usar de manera eficiente ya sea que se conecten por sus propios datos celulares o utilicen redes inalámbricas.

Viendo este factor como positivo puesto que dentro del turismo es la manera más fácil de mantener informado al viajero potencial de la oferta turística que posee la Isla Santay utilizando la tecnología para que tenga más alcance a dicha información en la que se ofrezca lo que desee sin necesidad de una búsqueda complicada.

#### **4.2 Análisis del micro entorno**

Para el análisis del entorno específico o micro entorno que rodea a la Isla Santay se tomará como referencia las 5 fuerzas de Porter para identificar qué afecta de manera concreta a dicho lugar.



**Ilustración 25 Análisis del micro entorno**  
**Fuente: Marketing y Negocios en Internet**  
**Elaborado por: Carolina Gómez**

## 4.2.1 Competidores del sector

Para el siguiente análisis se tomó como referencia lugares que brinden un servicio igual y/o similar al que se ofrecerá en la Isla Santay (camino por senderos, flora, fauna, paseos en lancha, entre otros)

### 4.2.1.1 Parque Histórico

El Parque Histórico de Guayaquil es uno de los sitios más relevantes de la ciudad puesto que guarda historia y además de eso es un refugio de vida silvestre. El Parque Histórico de Guayaquil está ubicado a las afueras de la ciudad en la Cdla. Entre Ríos vía Guayaquil-Samborondón.

Actualmente el parque está dividido por tres zonas:

#### **4.2.1.1.1 Zona de Vida Silvestre**

Se puede apreciar el entorno natural con especies de flora y fauna nativas de la región y las cuales se encuentran en peligro de extinción. Se pueden encontrar a entre 50 especies en aproximadamente 4 hectáreas. DE igual manera se ha dividido esta zona en:

- 3 Bosque Tropical Seco
- 4 Bosque de Manglar
- 5 Llanura Inundable y de Garúa

A través de un sendero se puede recorrer la zona silvestre lo cual permite un contacto entre las especies que habitan y el turista que la visita.

Durante el recorrido se hacen paradas temáticas y además cuenta con un Mirador de unos 11 metros de altura lo que le permitirá tener una vista del bosque y escuchar el canto de las diferentes aves que se encuentran.



**Ilustración 26 Trabajos en el sendero**  
**Fuente: Ministerio de Ambiente**  
**Elaborado por: Ministerio de Ambiente**

#### **4.2.1.1.2 Zona Urbano – Arquitectónica**

En esta zona se levanta el Guayaquil antiguo con sus edificaciones de valor arquitectónico e histórico, restaurantes, cafeterías, museos, empresas bancarias. Además de ello se puede observar a personas de varios personajes vestidos de moda francesa como era en aquella época. Se recrea la ciudad de Guayaquil del siglo XIX y comienzos del XX.

Entre las edificaciones se encuentra:

- *La Casa de Julián Coronel (1899)*, Se utiliza para vivienda mientras que la planta superior fue destinada al comercio.
- *El antiguo Banco Territorial (1886)*, construido en madera y con recubrimiento de zinc en la fachada.
- *El hospicio del Corazón de Jesús (1892)*, e uno de los que despierta mayor admiración entre los visitantes por sus proporciones y belleza.
  
- *La Casa Verde (1896)*, destinado originalmente al uso residencial pero que en la actualidad será destinado a servir como local para talleres de oficios tradicionales y área de exposición.<sup>8</sup>

#### **4.2.1.1.3 Zona de Tradiciones**

Aquí se puede observar la vida rural del antiguo Guayaquil ya que la economía ecuatoriana tuvo su resurgimiento debido a la producción del cacao y se ha incluido entre sus recorridos la visita del proceso de plantas de producción de chocolate.

Podemos destacar lo siguiente:

---

<sup>8</sup> <http://www.viajandox.com/guayas/parque-historico-guayaquil.htm>

- En la *Casa Campesina* se puede palpar de cerca la vida de los campesinos que trabajaron en la cosecha de plátano, arroz así también de cacao y café durante la período del "Boom del Cacao".



**Ilustración 27 Productos de la casa campesina**

**Fuente: Parque Histórico**

**Elaborado por: Parque Histórico**

- *La Casa Hacienda* se podrá conocer el área de secado de cacao y los lugares de almacenamiento, y también los materiales usados en dichas tareas.

#### **4.2.1.2 Bosque Cerro Blanco**

El Bosque Protector Cerro Blanco está ubicado en el suroeste de la Cordillera Chongón Colonche en la ciudad de Guayaquil, cuenta con aproximadamente 6.078 hectáreas de bosque seco. Las actividades que se puede realizar en este lugar tenemos:

- **Senderos Naturales:** Se ofrecen conocer los servicios ambientales y tesoros naturales para lo que se ha destinado 43 hectáreas para la construcción del sendero lo cual permite el desarrollo de actividades de guianza que dura aproximadamente 2 horas.
- **Avistamiento de Aves:** Existen alrededor de 221 aves dentro del Cerro Blanco y pueden ser observadas en todo su esplendor.

- **Vivero Forestal:** En este lugar además de conocer el vivero se pueden comprar varias plantas. La producción de las plantas es para los proyectos de restauración del bosque.
- **Área de Meditación:** En el área de puede encontrar tótems de jaguares, guacamayos, monos tallados por habitantes de la zona en el cual se puede practicar meditación y yoga.<sup>9</sup>



**Ilustración 28 Prácticas de meditación**  
**Fuente: Cerro Blanco**  
**Elaborado por: Cerro Blanco**

#### **4.2.1.3 Isla Puná**

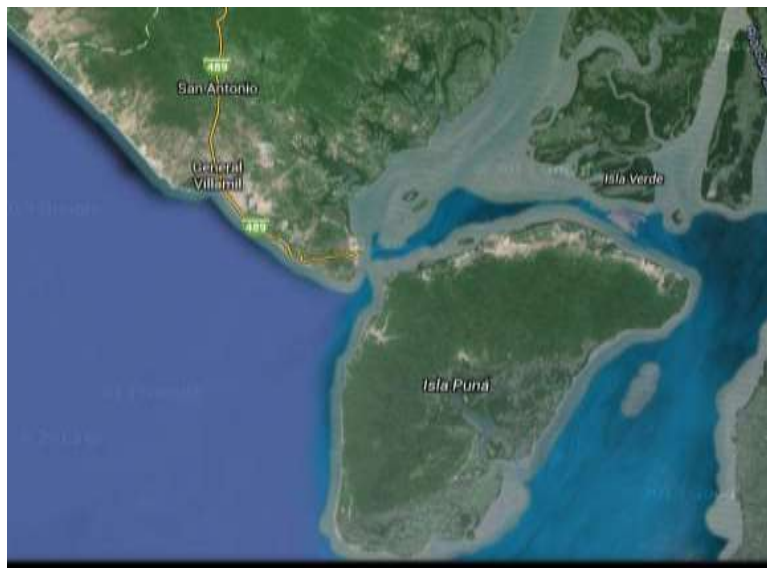
La Isla Puná está ubicada en la provincia del Guayas específicamente en el cantón Guayaquil. Después de la Isla Isabela y Santa Cruz, la Isla Puná es la tercera más grande del territorio ecuatoriano.

Situada en el Golfo de Guayaquil, la Isla Puna tiene una extensión aproximada de 919 km<sup>2</sup>.

Las partes que se explota turísticamente son: Bellavista, estero de Boca, Cauchiche y Subida Alta. La isla cuenta con un clima tropical seco por influencia de la corriente de Humboldt.

---

<sup>9</sup> [http://bosquecerroblanco.org/es/?page\\_id=177](http://bosquecerroblanco.org/es/?page_id=177)



**Ilustración 29 Isla Puná**  
**Fuente: Ecuador Costa Aventura**  
**Elaborado por: Ecuador Costa Aventura**

Entre las actividades que se destacan están los paseos en bote para desarrollar actividades como pesca vivencial por el manglar, paseos a caballo, camping, juegos de playa y senderismo. En cuanto a la gastronomía que se ofrece se pueden encontrar platos típicos a base de mariscos y pescado así como frutas exóticas. Dichas degustaciones se dan en cabañas rústicas construidas con materiales de la zona.<sup>10</sup>

La Isla Puná está frente a la parroquia Posorja a media hora en lancha y de Guayaquil por el Yacht Club del Malecón 2000 un recorrido aproximado de 3 horas. (Ver ilustración 17). La Isla Puna ya cuenta con un centro de turismo comunitario que se encuentra en Subida Alta.

(Roseta, 2012) “El periplo se inicia desde la parroquia rural de Posorja, una comuna ubicada a una hora de Guayaquil y desde donde se traslada en pequeñas embarcaciones hacia la Isla Puná. Entre Posorja y Puná está un islote denominado ‘Isla de los pájaros’, donde fragatas, pelícanos, gaviotas, garzas rosadas y blancas y hasta piqueros patas azules, con sus alas y trinares dan la bienvenida al visitante en su corta travesía”.

---

<sup>10</sup> <http://ecuadorcostaaventura.com/guayas/puna.html>





**Ilustración 30 Ruta Isla Puná**  
**Fuente: La revista Diario El Universo**  
**Elaborado por: Diario El Universo**

## 4.3 Factor Político

### 4.3.1 Ministerio de Ambiente del Ecuador (MAE)



**Ilustración 31 Logo del Ministerio de Ambiente.  
Fuente: Ministerio de Ambiente  
Elaborado por: Ministerio de Ambiente**

Es uno de los organismos que lideró la iniciativa para la transformación de la Isla Santay y actualmente asumió su administración asegurando que la Isla Santay puede convertirse, en corto plazo, uno de los lugares más visitados del país formando parte del proyecto Guayaquil Ecológico.

La Ecoaldea se encuentra dirigida por el Ministerio de Ambiente y como objetivo principal incrementar el turismo ecológico y la reactivación económica de la zona. El MAE a través de la Subsecretaría de Gestión Marina Costera, promueve acciones en pro del cuidado ambiental entre los turistas que visitan el Área Nacional de Recreación Isla Santay.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> <http://www.ambiente.gob.ec/mae-asumio-la-administracion-de-la-isla-santay/>



### 4.3.2 Ministerio de Turismo del Ecuador (MTE)

**Ilustración 32 Logo del Ministerio de Turismo.**

**Fuente: Ministerio de Turismo.**

**Elaborado por: Ministerio de Turismo**

Según lo expresado por el Coordinador Zonal 5 en Sr. Patricio Tamaríz el turismo se está enfocando hacia el Río Guayas con lo que se espera recibir al menos 20 mil visitas al mes de las cuales se categorizarán en diferentes rangos.

Dentro de las actividades que realiza dicha cartera de estado se puede mencionar la capacitación y organización de la comunidad para la administración de la infraestructura turística que cuenta la Isla, además de microempresas.<sup>12</sup>



### 4.3.3 Municipio del Cantón Duran

Actualmente hay un puente de aproximadamente 4,5 kilómetros que une a la Isla Santay con el Cantón Durán y cuenta con cuenta ciclovía, luminarias y un sistema basculante y para el futuro se prevé alquiler de bicicletas y monopatines eléctricos.<sup>13</sup>

**Ilustración 33 Escudo del Catón Durán.**

**Fuente: GAD (Durán)**

**Elaborado por: GAD (Durán)**

<sup>12</sup> <http://www.parquesyespacios.gob.ec/parques-entregados/isla-santay/>

<sup>13</sup>

[http://www.duran.gob.ec/municipio/alexandra/index.php?option=com\\_k2&view=item&id=110:duan-se-unira-a-santay-gracias-a-obra-gubernamental&Itemid=561](http://www.duran.gob.ec/municipio/alexandra/index.php?option=com_k2&view=item&id=110:duan-se-unira-a-santay-gracias-a-obra-gubernamental&Itemid=561)

## 4.4 Sustitutos

### 4.4.1 Malecón Simón Bolívar

El Malecón Simón Bolívar constituye uno de los lugares emblemáticos de la ciudad de Guayaquil formando parte del desarrollo continuo de la misma. Se encuentra en una gran ubicación en el centro de la urbe porteña y entre sus visitantes extranjeros y nacionales se calcula alrededor de 95 millones de visitantes.

También se lo conoce como Malecón 2000. Este lugar posee áreas recreacionales adultos, jóvenes y niños, un centro comercial, muelles en su recorrido, el primer cine IMAX de Sudamérica y diversas áreas naturales, así como también con patios de comidas fuentes, jardines, bares y museos.

El Malecón 2000 es considerado un ejemplo a seguir por otros países ya que fue declarado “espacio público saludable” por la Organización Mundial de la Salud <sup>14</sup>

El ingreso al Malecón 2000 no tiene ningún costo entre semana funciona hasta las 22:00 y los fines de semana hasta las 23:00.

Se lo puede dividir en 3 sectores:

#### 1. Sector Norte

- Áreas de juegos infantiles
- Ejercicios
- IMAX



**Ilustración 34: IMAX**  
**Fuente: TripAdvisor**  
**Elaborado por: TripAdvisor**

---

<sup>14</sup> <http://www.guayas.gob.ec/turismo/attractivos/malecon-simon-bolivar>

## 2. Sector Centro

- Plaza Cívica



**Ilustración 35: La Rotonda**  
**Fuente: Carlos Estudio**  
**Elaborado por: Carlos Estudio**

## 3. Sector Sur

- Plaza Olmedo
- Centro Comercial
- Plaza Olmedo



**Ilustración 36: Plaza Olmedo**  
**Fuente: Xplora Ecuador**  
**Elaborado por: Xplora Ecuador**

## **4.5 Competidores Potenciales**

### **4.5.1 Parque Samanes**

Es un área de recreación que tiene alrededor de 851 hectáreas que incluye al Bosque Protector Cerro Colorado. Este proyecto forma parte del denominado “Generación y Restauración de áreas verdes para la ciudad de Guayaquil – Guayaquil Ecológico” al igual que la Isla Santay.

El acceso al Parque es totalmente gratuito. Se puede decir que el proyecto está dirigido a recupera las áreas verdes y recreación dentro de la ciudad de Guayaquil es cual está ubicado al norte de la misma.

El Parque Samanes es un lugar al que pueden asistir diferentes tipos de personas entre jóvenes y adultos dispuestos a pasar un momento en familia y/o practicar diferentes deportes dentro de las diferentes instalaciones con las que cuenta el Parque.

Cuenta con 57 canchas deportivas para actividades como: Baloncesto, voleibol, handball, tenis y multifuncional. Al igual que el estadio Christian Benítez con una capacidad de 8000 personas.

Entre las demás facilidades que ofrece el Parque Samanes esta el Polideportivo que encierra un coliseo multifuncional también baños, vestidores, y graderíos. Tiene áreas de spinning, boxeo, gym, fitness, oficinas, baños y vestidores. En la cancha acústica se espera desarrollar diferentes eventos que se den en el lugar.

El proyecto en sí está siendo desarrollado por etapas es decir hasta la actualidad no está listo en su totalidad aunque ya está en funcionamiento. Entre sus diseños definitivos están un museo de educación ambiental y un área de recreación pasiva con jardín ecológico.<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> <http://www.parquesyespacios.gob.ec/nuestros-parques/parque-samanes-2/>

## CAPITULO V

### ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DE LA DEMANDA

Para determinar de una manera certera la estrategia de marketing que se implementará es muy importante conocer todo lo que la Isla Santay tiene para sus futuros y actuales consumidores.

#### 1.10 Análisis de la oferta

Se define a la oferta turística como un conjunto de atractivos tanto en productos como en servicios que se enfocan a un lugar determinado, que posee un valor puesto a disposición al público en un mercado competitivo. (Jazbeth, 2011)

#### 5.1 Atractivo turístico

##### 5.1.1 Generalidades

**Tabla 18: Generalidades de la Isla Santay.**

<b>Nombre del Área Protegida:</b>	Área Nacional de Recreación Isla Santay e Isla Gallo.
<b>Categoría de manejo:</b>	Área Nacional de Recreación
<b>Declaratoria:</b>	Acuerdo Ministerial No 21 del 20 de febrero de 2010
<b>Fecha de preparación del Plan de Manejo:</b>	agosto a noviembre de 2010
<b>Periodo de vigencia del Plan</b>	cuatro años

---

**de Manejo:**

**Localización del área:** cantón Durán, provincia Guayas

**Institución administradora:** Ministerio del Ambiente

**Ecosistemas:** Matorral seco de tierras bajas, matorral seco litoral, manglar y humedal.

**Ecoaldea:** Entregada el 09 de agosto de 2010- 56 viviendas- 247 habitantes.

**Extensión:** El área de la isla comprende 4.705 hectáreas y la Isla Santay tiene 2174 hectáreas.

**Fuente: Ministerio de Ambiente.  
Elaborado por: Autores**



**Ilustración 37: Vista aérea de la ecoaldea**

**Fuente: Ecuador a colores**

**Elaborado por: Ecuador a colores**

La Isla Santay fue designada como humedal de importancia Internacional (Sitio Ramsar Nro. 1041) por la gran diversidad de aves que presenta en sus humedales.

Es un sitio con potencial para encontrar individuos del cocodrilo de la costa, antiguamente común en las orillas del río Guayas; y representa un refugio para las especies de peces e invertebrados

de agua dulce y marinos que pasan parte de su ciclo de vida en aguas estuarinas.



La importancia del Área Nacional de Recreación Isla Santay y Gallo, radica en su alta biodiversidad y demás recursos naturales, paisajísticos e incluso su valor histórico y cultural. Su declaratoria como humedal RAMSAR, la hace aún más relevante y la convierte en un área de interés mundial y prioritario para la conservación.

De igual manera, forma parte del proyecto Guayaquil Ecológico que posee tres componentes: la recuperación del Estero Salado, Parque Samanes y el ANR Isla Santay e Isla del Gallo, al momento uno de los más importantes proyectos ambientales de la región.<sup>16</sup>

### 5.1.2 Biodiversidad de la Isla

El Área Nacional de Recreación Isla Santay, es una zona rica debido a su biodiversidad, principalmente por la presencia de diversas aves. Florísticamente es un entorno diverso que ha sido intervenido y que actualmente se encuentra en estado de recuperación. Las islas Santay y del Gallo no poseen bosques vírgenes y se encuentran situadas en la zona de vida que corresponde al bosque muy Seco Tropical.



**Ilustración 38: Palmeras  
introducidas en la Isla Santay.  
Fuente: Revista Transport  
Elaborado por: Revista Transport**

---

<sup>16</sup> Fuente: Ministerio de Ambiente, documentos en Power Point otorgados por la Municipalidad de Durán.

La Flora total del área de estudio, estuvo constituida por 65 especies distribuidas en 42 familias para la Isla Santay, mientras que de estas mismas especies solo se observaron 17 para la Isla del Gallo distribuidas en 14 familias. Se determinó que 32 especies son árboles, 7 especies son arbustos, 24 especies son herbáceas y 2 especies se las clasificó como lianas.<sup>17</sup>

**Fauna.** (Ministerio de Ambiente, 2014) “Se determinó que las aves fueron la clase dominante en variedades de especies, seguidas de los mamíferos, decreciendo significativamente en especies los reptiles, anfibios y los macroinvertebrados”.

**Vertebrados:** (Ministerio de Ambiente, 2014) “para las Isla Santay e Isla Gallo actualmente se reportan 56 especies, distribuidas en 37 familias confirmadas mediante observación directa e indirecta y mediante entrevistas con los lugareños. Estas especies están distribuidas en 6 clases de las cuales 25 especies son mamíferos, 16 son reptiles, 4 son anfibios”.

Del total de especies reportadas de mamíferos y herpetofauna, 5 se encuentran dentro de las categorías I, II y III de la Lista de la Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres (CITES).



**Ilustración 39 Aves de la isla Santay.  
Fuente Diario El Comercio.  
Elaborado por: Diario El Comercio**

---

<sup>17</sup> Fuente: Ministerio de Ambiente, documentos en Power Point otorgados por la Municipalidad de Durán.

**Aves:** (Ministerio de Ambiente, 2014) dice que “se logró registrar un total de 91 especies pertenecientes a 34 familias de aves. Del total de las especies registradas 13 corresponden a nuevos registros y uno es hipotético.

En este estudio las familias con el mayor número de especies son *Ardeidae* (garzas) con 8 especies, *Accipitridae* (gavilanes) con 5 especies, *Columbidae* (palomas) con 5 especies, *Psittacidae* (loros) con 4 especies, *Tyrannidae* (mosqueros y atrapamoscas) con 11 especies, *Emberizidae* (semilleros) con 5 especies, e *Icteridae* (bolseros y caciques) con 5 especies.”<sup>18</sup>

## 5.2 Planta turística

Para el estudio de la planta turística que posee la Isla Santay, se tomará como referencia una plantilla elaborada por la ESPOL para facilitar el diagnóstico de la misma, se ha omitido ciertos mandos debido a que la acoplamos a nuestro proyecto.

### 5.2.1 Alojamiento

**Tabla 19 Alojamiento Isla Santay.**

ALOJAMIENTO	NÚMERO	PLAZAS
Hoteles	-	-
Hosterías	-	-
Hostales	-	-
Moteles	-	-
Pensiones	-	-
Hospederías	-	-
Camping	-	-
Hosterías comunitarias	3 cabañas	5 personas por cabaña
Otras		

**Fuente: Elsa Rodríguez.  
Elaborado por: Autores**

<sup>18</sup> Tomado del Ministerio de Ambiente, documentos otorgados por la Municipalidad de Durán.

La Isla Santay posee una hostería comunitaria en la cual existen tres cabañas y que en cada una de ellas caben familias de 5 personas. Esta hostería aun no ha sido abierta al público, se desconoce la fecha de apertura.

### 5.2.2 Alimentación

**Tabla 20: Alimentación de la Isla Santay.**

ALIMENTACIÓN	NÚMERO	PLAZAS
Restaurantes	1	320 aprox
Cafeterías	-	-
Fuentes de soda	-	-
Bares	-	-
Cantinas	-	-
Quioscos de comida	-	-
Otros:		

**Fuente: Elsa Rodríguez.  
Elaborado por: Autores**

En la Isla existe un restaurante en el cual se deleitan platos como: seco de pollo, ceviches de pescado mixtos o con camarón y pescado con patacones.

(Rodríguez, Presidenta de la Comunidad de Santay, 2014) Actualmente existen capacitaciones para todos quienes trabajan en el restaurante, en el cual se menciona el servicio al cliente, manipulación e higiene de alimentos.

### 5.2.3 Esparcimiento

**Tabla 21 Esparcimiento de la Isla Santay.**

ESPARCIMIENOS	NÚMERO	PLAZAS
Discotecas	-	-
Cines/ teatros	-	-
Instalaciones deportivas	1	

**Fuente: Elsa Rodríguez.  
Elaborado por: Autores**

(Rodríguez, 2014) Posee una cancha deportiva en el cual se realizan las olimpiadas de la Comunidad, que se realizan en el mes de octubre, pueden acudir personas nativas como también visitantes.

El puente que conecta la ciudad de Guayaquil con la Isla promueve el deporte de manera que a la entrada se alquilan bicicletas, así como también motiva a la caminata y al senderismo.

### 5.2.4 Otros servicios relacionados

**Tabla 22 Otros servicios de la Isla Santay.**

OTROS SERVICIOS RELACIONADOS	NÚMERO
Agencia de viaje	
Información al turista	
Alquiler de equipos	100
Guías de turismo	14
Bancos	
Cajeros automáticos	

**Fuente: Elsa Rodríguez.  
Elaborado por: Autores**

Existe alquiler de bicicletas que son gestionadas por el Estado Ecuatoriano, bicicletas ecológicas.

Existe información al turista a cargo de la presidenta de la comuna, la señora Elsa Rodríguez, quien lidera la comuna de manera que es perita de toda información que se requiera como turista.

Actualmente existen 14 guías nativos en la Isla, para facilitar información.

### 5.3 Infraestructura

Identificación de instalaciones turísticas existentes

#### 5.3.1 Generales

**Tabla 23 Generalidades de la Infraestructura.**

1. Senderos	SI	4.	SI
		Sombrillas	
2. Pasarelas, puentes	SI	5. Carpas	SI
3. Baños públicos	SI	6. Refugios	NO

**Fuente: Elsa Rodríguez.  
Elaborado por: Autores**

La Isla posee un puente el cual tiene señaléticas es las que dice al turista por donde debe caminar, así mismo el camino que deben seguir los ciclistas. Al llegar a la Isla se encuentra el sendero, en el que existen paradas, y en cada paradas baños para el uso exclusivo de los turistas, carpas y sombrillas que ayudan a refugiarse del sol.

### 5.3.2 Transporte y accesibilidad

**Tabla 24 Transporte y Accesibilidad.**

TIPOS DE TRANSPORTE	
Bus	-
Camioneta	-
Lancha	Si
Bote	Si
Avión	-
Avioneta	-
Animal	-
Caminando	Si
Tricimoto	-

**Fuente: Elsa Rodríguez.**

**Elaborado por: Autores**

(Rodríguez, Presidenta de la Comunidad de Santay, 2014) No es permitido ningún tipo de transporte con motores, excepto que sea de uso exclusivo para trabajos en la Isla, y que tenga el respectivo permiso para funcionar.

Se puede llegar mediante la caminata a través del puente, por medio de lanchas y botes que llegan al muelle de la Isla.

### 5.3.3 Señalización

**Tabla 25 Señalización.**

SEÑALIZACIÓN	SI	NO
Vial	*	
Turística	*	

**Fuente: Elsa Rodríguez.**

**Elaborado por: Autores**

Durante el recorrido en la Isla, se observa información turística describiendo la flora y fauna que se encuentra en el sitio, así como la educación vial para que los peatones caminen por el lugar debido y a su vez los ciclistas.

## 5.4 Comunicaciones

**Tabla 26 Comunicaciones.**

COMUNICACIONES	SI	NO
Fija		*
Celular	*	
Oficina de correos		*

**Fuente: Elsa Rodríguez.**

**Elaborado por: Autores**

(Rodriguez, Presidenta de la Comunidad de Santay, 2014) No existe telefonía fija, en telefonía celular la comunicación llega de las tres redes existentes en el país, tanto claro, movistar y cnt.

En cuanto a servicio para ofrecer a habitantes y turistas en la comunicación, no existen cabinas telefónicas, cibercafés ni teléfonos monederos, anteriormente una señora de la comunidad realizaba recargas pero dejo de hacerlo por motivos de salud.

## 5.5 Sanidad

**Tabla 27 Servicio.**

SERVICIO	SI	NO
Alcantarillado		*
Pila o llave publica	*	
Maquinas transformadoras	*	

**Fuente: Elsa Rodríguez.**

**Elaborado por: Autores**



(Rodríguez, Presidenta de la Comunidad de Santay, 2014) En la Isla existe dos maquinas en el que se conservan los desechos para transformarlo en abono o en gas y poseen un reservorio de agua que es destinada para todas las casas de la comunidad

**Tabla 28 Eliminación de la basura.**

ELIMINACIÓN DE BASURA	SI	NO
La queman		
Carro recolector	*	
Entierran		

**Fuente: Elsa Rodríguez.  
Elaborado por: Autores**

(Rodríguez, Presidenta de la Comunidad de Santay, 2014) En la Isla se recicla la basura, es llevada a Guayaquil, mediante botes que llevan los desechos solidos desde la isla hasta la ciudad propiamente dicha, y que luego con recibidas por la corporación de Puerto Limpio.

## 5.6 Infraestructura

**Tabla 29 Instancias de salud.**

INSTANCIAS DE SALUD	NÚMERO
Botiquín comunitario	2
Centro de salud	
Hospital público	
Dispensario público	1
Clínicas	
Farmacias	
Consultorio privado	

**Fuente: Elsa Rodríguez.  
Elaborado por: Autores**

(Rodríguez, Presidenta de la Comunidad de Santay, 2014) Existen dos botiquines, uno en la escuela y el otro en el comedor. Posee un dispensario público, en el cual se atienden los habitantes de la Isla.

## 5.7 Energía

**Tabla 30 Servicio de energía.**

SERVICIO	SI	NO
Energía eléctrica	*	
gasolinera		*

**Fuente: Elsa Rodríguez.  
Elaborado por: Autores**

(Rodríguez, Presidenta de la Comunidad de Santay, 2014) Poseen paneles solares todas las casas, cada una con dos baterías debajo de cada casa en donde se conserva un líquido para poder obtener suficiente luz durante el día.

Solo se apagan los dos paneles principales durante la noche, pero las demás se mantienen encendidas.

## 5.8 Destrezas de la comunidad

# de personas

1. Inglés
2. Capacidad o experiencia en guianza
3. Cocina
4. Manejo de embarcaciones marinas

0
14
19
15

Se requiere de refuerzo vial, en cuanto que los peatones utilizan todo el camino para realizar el senderismo, se olvidan de que existe una división tanto para peatones como para ciclistas.

Se debe hacer hincapié en que el restaurante existente en la Isla no abastece con la cantidad de turistas que acuden los fines de semana.

### **5.9 Análisis de la demanda**

Debido a todo la Isla Santay es ahora un nuevo atractivo turístico tanto para la ciudad de Guayaquil, como de Durán, Samborondón y cantones cercanos, llegan muchos turistas y no solo del país, también de aquellos que llegan a Guayaquil que es conocido por una ciudad de negocios, optan por conocer la Isla, estos turistas son de origen francés, norteamericanos, alemanes y del Oriente.

## **CAPÍTULO VI**

### **DISEÑO DEL PLAN DE MARKETING**

#### **6.1 Las 5C's del Marketing Estratégico**

Luego del marketing mix y de la creación de las 4P's nace las 5C's

##### **6.1.1 Corporación**

La Isla Santay es una parroquia perteneciente al cantón Durán de la provincia del Guayas, humedal protegido por el RAMSAR, que es nombre de un convenio de protege y conserva los humedales más importantes del mundo, posee un conjunto de flora y fauna con gente acogedora que están siempre dispuestos a recibirlos.

##### **6.1.2 Clientes**

Para promover turísticamente a la Isla Santay se decidió tener como target a las familias de la ciudad de Guayaquil, que busquen optar por pasar en tranquilidad y disfrutar de la naturaleza.

Turistas que experimentan salidas fuera de la cotidianidad, que pueden realizar el senderismo, el avistamiento de aves, de cocodrilos junto con la fresca y delicada brisa que existe en el lugar. Así como también de aquellos visitantes que gusta convivir y degustar cosas nuevas como la gastronomía y las costumbres que hay en la Isla.

Para ello se debe seguir trabajando en las constantes capacitaciones para mejorar el servicio al cliente, la atención al comensal, al turista, talleres en que mejoren la comunicación con el visitante.

### **6.1.3 Competencia**

La principal competencia que tiene la Isla Santay como lugar turístico son lugares ya reconocidos en la provincia del Guayas como el Parque Samanes, Parque Histórico, Isla puna y Cerro Blanco.

En el avistamiento de aves, cocodrilos, senderismo, existen lugares donde más realizar dichas actividades, sitios cercanos al lugar donde esta situada la Isla, en la misma ciudad de Guayaquil, que es el target al que se enfoco.

Pero Santay tiene un punto a su favor y es su ubicación estratégica, ya que a mas de uno se le hace muy accesible al lugar, se perciben que llegan personas del norte, centro o sur de la ciudad. A más que llama la atención, ya que es vista de el Malecón 2000 que es otro atractivo de la ciudad, así como desde el cantón Durán que es a quién pertenece la Isla.

### **6.1.4 Colaboradores**

Todos quienes colaboran con la Isla sea de manera directa o indirecta ayudan de manera activa en el crecimiento turístico de la misma, siendo parte de esto aquellos artesanos que ofrecen sus labrados en el sitio, aquellas camareras que ofrecen platos típicos de la zona, así como guías, y personas que ayudan a la transportación y comercio.

### **6.1.5 Contexto**

#### **6.1.5.1 F.O.D.A**

##### **Fortalezas**

\*La Isla Santay se encuentra en un sitio estratégico, ya que actualmente existe un puente el cual nos conecta con la misma, y facilita el acceso de todos quienes quieran conocerla.

\*La existencia de un turismo comunitario, que ofrecen alimentación, guianza y transportación fluvial.

### **Debilidades**

\*La infraestructura que tiene la Isla no abastece para la cantidad de turistas que llegan, provocando sobre carga turística.

\*Insuficiente conocimiento de administración por parte de habitantes que están al mando de ciertas actividades, como jefes de comedor, de comuna, de actividades, etc.

### **Amenazas**

\*La constante competencia que surge en la urbe, de nuevos proyectos atractivos para los turistas.

\*Exceso de capacidad de carga, esto provocaría la inexistencia de aves y animales en la Isla, así como el descontrol de desechos sólidos, y la destrucción del camino al recibir excesiva cantidad de turistas del cual no se esperaba.

\*Ausencia de un plan de dragado del Río Guayas.

### **Oportunidades**

\*La isla Santay actualmente es una novedad, lo que es una oportunidad, para la llegada de más turistas por conocer algo nuevo.

\*Posee el apoyo de empresas públicas como Ministerio de Ambiente y Ministerio de Turismo.



**Ilustración 40 Foda de la Isla Santay**

**Fuente: Propia.**

**Elaborado por: Autores**

## **6.2 Plan de comunicación**

Se requiere de la comunicación con el consumidor actual y el futuro, para mantener al tanto de aquellas novedades que surgen en la Isla, para promocionar nuevos atractivos, actividades y festivales que se den, con el fin de llegar a todos, se ha pensado en todos los tipos de publicidad que existen en la ciudad de Guayaquil, se hará relevancia de cuál será el que más llegue al target.

### **6.2.1 Televisión**

Como la Isla Santay está siendo administrada por el Ministerio de Ambiente, mediante este ministerio se podrían realizar las propagandas respectivas en donde se promocióne y se incentive a conocer y disfrutar de la naturaleza en el humedal más importante del Guayas, con el respaldo de dichas entidades.

Como es de conocimiento público, uno de los canales de televisión de mas acogida a nivel nacional es el TC Televisión y Ecuavisa, se plantea crear una propaganda en nombrado canal, con el fin de incentivar a salir de la rutina del día a día, a realizar actividades diferentes en un lugar diferente, es por eso que se pensó en crear un sketch para la ejecución de la promoción turística de la Isla.

Pero en qué consiste esta publicidad, que se quiere trasmitir, como se llegará al target determinado. Se empezará con partes de videos en las que aparezcan personas en sus hogares con sus familias, que deciden cambiarse de ropa por una deportiva y que una familia aparezca en la entrada de la Isla, y que en el ojo del padre de familia se haga zoom y aparezca la flora y la fauna de la Isla, incluyendo las actividades deportivas que están por integrarse, el establecimiento alimenticio, el cariño de quienes habitan en ella, las artesanías y su arquitectura en general. Y finalmente salga el slogan: “Escapémonos de la rutina, vamos a la Santay”. El fondo desde donde salen las cosas de la Isla será sonidos de la naturaleza, del rio y del manglar.

### **6.2.2 Radio**

Mediante la radio se llegara aquellos que están siempre predispuestos a escuchar noticias y novedades, entre esas noticias se involucrará a las cadenas radiales que habla el presidente de la Republica, en el cual se puede incluir la promoción de la Isla, ya que como se lo menciona anteriormente lo maneja el Ministerio de Ambiente.



### **6.2.3 Internet**

Por medio de una publicación del diario El Universo, Ecuador está en el puesto 81/157 de los países que usan tecnología.

Es de conocimiento público que el uso de internet no deja de lado a ningún miembro de la familia, y es precisamente en este medio que haremos hincapié para llegar de manera directa a los hogares de Guayaquil, ya que es el medio más accesible.

Existen páginas web de la Isla en las que narran actividades a realizarse en el lugar, así como innovaciones que hay en la misma.

Es importante destacarse no solo en páginas webs, también en redes sociales como Facebook y Twitter y lograr que muchos sigan estas páginas para así llegar a más personas, mediante hashtags; que son links que hacen relevante un acontecimiento.

Revisando cuentas en redes sociales ya existentes se debe notar que no existen mayor acercamiento con seguidores, es una falencia en la que se debe trabajar arduamente, para atraer público.

Así como las páginas existentes de la Isla deben ser interactivas para el turista, logrando así la atención y motivación al sitio.

### **6.2.4 Prensa escrita**

Diarios de mayor circulación en la ciudad sería la meta para que sean leídos con más facilidad, tenemos al diario El Universo como el más popular en el que se puede publicar tarifas, actividades que surgen en la Isla, el cual aparecerá los días domingos.

Se acudió a la matriz de dicho diario para conocer valores de esta publicidad, tomando en cuenta de referencia que se quiere que aparezca en el periódico una foto de la Isla, junto con la información debida, en un tamaño de 15 cm de largo por 5 cm de ancho.

### **6.2.5 Marketing Directo**

Otra de las maneras en las que se puede llegar al público es mediante correos electrónicos, sobre todo aquellas personas que están pendientes de sus correos, es justamente a ellos a quienes mediante este medio se los puede informar muy seguido de las actividades que hay en la Isla, e invitar a que nos sigan en redes sociales, y mensajes de motivación para distraerse de manera natural en el sitio que se está promocionando.

El costo no es de mayor magnitud, se necesita de una red inalámbrica y de un computador para enviar la información.

Es de suma importancia obtener los correos electrónicos de quienes ya han ido a la Isla, para ser en ellos en quien trabajar para por este medio poder mantenerlos.

En la entrada de la Isla en la que se hace el registro podría obtenerse una base de datos con correos y estos ser facilitados para el respectivo envío.

### **6.2.6 Elaboración de tríptico**

Se ha diseñado la elaboración de un tríptico el cual servirá para las personas antes, durante y después de su recorrido a la Isla Santay el cual incluirá la información más relevante y las actividades a realizar.

#### **ISLA SANTAY**

La Isla Santay está ubicada a 15 minutos de la ciudad de Guayaquil se abre al turismo en todos sus aspectos siendo los principales benefactores la comunidad de dicha isla.

#### **HORARIOS DE LUNES A VIERNES**

- **PUENTE:** 06:00 – 21:00
- **INGRESO A LA ISLA:** 06:00 – 17:00

#### **ACTIVIDADES EN LA ISLA SANTAY**

Entre sus atractivos se pueden mencionar los siguientes

- ✓ **Ciclismo:** Alquiler de bicicleta: \$4.00 durante 1 hora



**Ilustración 41 Turistas en Bicicleta**

**Fuente: Facebook**

**Elaborado por: Gabriela Vaca**

✓ **Trekking (senderismo)**



**Ilustración 42 Senderismo**

**Fuente: El Universo**

**Elaborador por: El Universo**

**Canoeing** - Observación de flora y fauna (recorrido en lancha – Isla Gallo)



**Ilustración 43 Paseo en canoa**  
**Fuente: How stuff Works**  
**Elaborado por: How stuff works**



**Ilustración 44 Paseo en canoa**  
**Fuente: How stuff Works**  
**Elaborado por: How stuff works**

✓ **Restaurante**

Se podrá disfrutar de platos típicos de la provincia del Guayas entre ellos. Seco de pollo y seco de gallina.



**Ilustración 45 Servicio de Restaurante**  
**Fuente: Pagina web Isla Santay**  
**Elaborador por: Pagina web Isla Santa**

✓ **Ecoaldea**



**Ilustración 46 Ecoaldea Isla Santay**  
**Fuente: Pagina web Isla Santay**  
**Elaborado por: Pagina web Isla Santay**



**Ilustración 47 Ecoaldea Isla Santay**  
**Fuente: Pagina web Isla Santay**  
**Elaborado por: Pagina web Isla Santay**

✓ **Cocodrilera**

De las 12 especies de cocodrilos que hay en la zona (*Crocodylus acutus*), once de ellas son hembras y existe un macho. Estos grandes reptiles son comunes en la costa del Pacífico sur y el Caribe, antiguamente se encontraban en el Parque Histórico de Guayaquil y la provincia de Esmeraldas desde donde fueron traídos



**Ilustración 48 Cocodrilera**  
**Fuente: El Universo**  
**Elaborado por: El Universo**

# ACTIVIDADES EN LA ISLA SANTAY

## Ciclismo

Alquiler de bicicleta:  
Valor: \$4.00  
Duración: 2.5 Horas



## Trekking (senderismo)



## Canoeing

Observación de flora y fauna  
(recorrido en lancha – Isla Gallo)



## Ecoaldea



## Restaurante

Se podrá disfrutar de platos típicos de la provincia del Guayas entre ellos. Seco de pollo y seco de gallina.



## Cocodrilera

Existen doce cocodrilos de la Costa (*Crocodylus acutus*), once de ellas son hembras y existe un macho. Los reptiles, comunes en la costa del Pacífico sur y el Caribe fueron traídos desde el Parque Histórico de Guayaquil y la provincia de Esmeraldas.



# ACTIVIDADES EN LA ISLA SANTAY

**Ciclismo**

**Trekking (senderismo)**

**Canoeing**

**Ecoaldea**

**Restaurante**

**Cocodrilera**



Isla Santay, la cual está ubicada a 15 minutos de la ciudad de Guayaquil se abre al turismo en todos sus aspectos siendo los principales benefactores la comunidad de dicha isla.

**HORARIOS DE LUNES A VIERNES**

**PUENTE: 06:00 – 21:00**

**INGRESO A LA ISLA: 06:00 – 17:00**

# ISLA SANTAY





### **6.2.7 Promoción UCSG**

La propuesta de colocar un roll up afuera de la ventanilla de la carrera de Turismo y hotelería, contribuiría a la promoción de la isla Santay, en la cual se propone colocar las actividades de la misma, incentivando al deporte y a la visita del parque recreacional dentro de la Facultad, ya que esta expuesta en el piso administrativo de la Facultad de Especialidades Empresariales.

Para información dentro de Roll Up se considero lo siguiente:

- Accesibilidad al sitio
- Actividades recreacionales
- Horarios de atención
- Alimentación

## Conclusiones

Posterior al análisis que se ha realizado en la Isla, se ha acotado ciertos puntos para la mejora del sitio, para incrementar turistas, consolidar el turismo comunitario y proteger la flora y fauna existente. Así como las respectivas conclusiones que se presentaran a continuación:

- La Isla Santay cuenta con una ubicación transcendental desde el punto de vista geográfico pues tiene gran cercanía con la zona turística de la ciudad de Guayaquil.
- En Febrero del 2010 la Isla Santay fue declarada Área Nacional de Recreación.
- El desarrollo de la Isla Santay se ha dado en conjunto con las diferentes instituciones gubernamentales entre ella el Ministerio de Ambiente, el Ministerio de Turismo, Ministerio de Inclusión Económica y Social, Empresa Pública de Parques Urbanos y Espacios Públicos, Municipio del Cantón Durán, Municipio de Guayaquil entre otras más lo cual ha sido de gran apoyo para el impulso de la Isla y de sus habitantes.
- En la actualidad no existe ninguna operadora turística que promocionen o incluyan dentro de sus paquetes a la Isla Santay como destino turístico. La operadora que existía y que era manejada por la comunidad de Santay ya no se encuentra en funcionamiento.
- Es de gran notoriedad el desconocimiento de la Isla por parte de los habitantes de la ciudad de Guayaquil puesto que el lugar carece de la suficiente promoción turística y actividades que ofrece la Isla.
- Entre las personas que han visitado la Isla existen aquellas que encuentran a la misma como un lugar de relajación y meditación ya que se encuentra lejos del movimiento de la ciudad, así como aquellas personas que dan comentarios negativos de la Isla Santay.
- Las personas que visitan la isla en su mayoría son familias y deportistas aunque también se incluye la visita de jóvenes-adultos y estudiantes de las diferentes instituciones educativas.

- Entre las sugerencias recibidas durante la ejecución de este plan de marketing turístico fue el incremento de más actividades a realizarse y la promoción que se les dé.
- La Isla Santay ha sobrepasado la capacidad de carga puesto que no hay un control que regularice el ingreso de los visitantes de acuerdo a su capacidad. El exceso de visitantes no significa que se tiene éxito puesto que la infraestructura no cumple con los requerimientos de los turistas que llegan en masa. Además de tener en cuenta que es un Área Protegida.
- La falta de concienciación con el medio ambiente por parte de los visitantes, quienes en muchas ocasiones irrespetan el lugar, al no cumplir con las políticas ambientales como el no arrojar desechos durante la visita a la Isla Santay.
- La falta de señalética durante el recorrido hacia la Isla así como el desconocimiento de los guarda parques sobre el origen de la misma incrementa el problema frente a cualquier duda que exista por parte de los visitantes.
- La Isla Santay no cuenta con una publicidad que invite al turista a visitarla ni que promocióne sus atractivos existentes ni los atractivos potenciales.
- El Plan de Marketing Turístico para la Isla Santay tiene como objetivo promocionar sus atractivos y diferentes actividades de una manera sustentable haciendo conciencia e hincapié en que es un Área Protegida, de esta manera se busca ayudar a la comunidad en la aplicación del mismo incluyendo capacitaciones de los guías y la interacción de la comunidad con los visitantes para poder desarrollar más actividades que inviten al futuro visitante.

## Recomendaciones

Nuestras recomendaciones van dirigidas al Ministerio de Ambiente, Empresa Pública de Parques Urbanos y Espacios Públicos y al Ministerio de Turismo.

- Realizar campañas de concienciación ambiental a la comunidad de la Isla Santay para el cuidado y protección de su ecosistema y de esta manera servir como ejemplo para los visitantes que acudan.
- Establecer señalización durante el recorrido el cual explique de forma breve y concisa que tipo de flora y fauna que se encuentra en la Isla Santay.
- Programas de capacitación a los habitantes en cuanto atención y servicio al cliente para que mejore la interacción entre comunidad-turista. Sin descartar especializarse en el idioma inglés para poder asistir en la guianza de turistas extranjeros.
- Promocionar las actividades a realizar en la Isla por medio de los diferentes medios de comunicación radio y Tv, así como la actualización de sus redes sociales con información vigente y el rediseño de su página web de manera didáctica que brinde la información necesaria para las personas que ingresan y la creación de un canal en YouTube que detalle las experiencias de los turistas, opiniones y recomendaciones.  
Utilizar el marketing directo para llegar a los clientes potenciales
- La creación de un pequeño zoológico y de un museo que capte la atención del visitante que contengan antigüedades de la comuna sería un punto a favor para satisfacer las necesidades del turista.
- Apoyar de manera económica en la creación de microempresas que ayuden al desarrollo de la comunidad dentro de la Isla y que brinden servicios al turista.
- Llevar un control y orden sobre las transacciones comerciales que se realizan manejando los ingresos y gastos adecuadamente.

## Bibliografía

- Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad. (2014). *Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad*. From Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad: <http://www.biodiversidad.gob.mx/ecosistemas/quees.html>
- Ecuador Gente Bonita. (2014). *Ecuador Gente Bonita*. From Ecuador Gente Bonita: <http://www.uazuay.edu.ec/gentebonita/>
- Fischer, L. (2011). *Mercadotécnica*. MCGRAW-HILL.
- Garnica, C. H. (2009). *Fundamentos de Marketing*. Mexico DF: Pearson Educación de México.
- Hidalgo, Á. E. (2013 йил 04-08). Guayaquil y su primera modernidad económica. *El Telégrafo*.
- Hotelera, E. (2011). *Evolución Hotelera*. From Evolución Hotelera: <http://evolucionhotelera.blogia.com/>
- InfoEconomía. (2009 йил 7-Junio). *InfoEconomía*. From <http://infoeconomia1.blogspot.com/search/label/http%3A%2F%2Fwww.monografias.com%2Ftrabajos-pdf%2F analisis-comportamiento-consumidor-compra-bienes%2F analisis-comportamiento-consumidor-compra-bienes.pdf>
- Jazbeth, L. (6 de Junio de 2011). *Oferta turística Cancun Cuba*. (L. Jazbeth, Productor) Recuperado el 28 de Julio de 2014, de <http://ofertaturisticacancuncuba.blogspot.com/2011/06/oferta-turistica-definicion.html>
- Kotler, P. &. (2008). *Fundamentos de Marketing*. Mexico: Pearson Educación .
- Mera, E. L. (2010). *Técnicas de Marketing*. Bogotá: Ediciones de la U. Primera Edición.
- Ministerio de Ambiente. (2014 йил 1-Abril). Isla Santay. Guayaquil, Guayas, Ecuador.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2014). *Ministerio de Comercio Exterior y Turismo*. From Ministerio de Comercio Exterior y Turismo: [http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Portals/0/descargas\\_newweb001/Destino\\_Turistico.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Portals/0/descargas_newweb001/Destino_Turistico.pdf)
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2014). *Ministerio de Comercio Exterior y Turismo*. From Ministerio de Comercio Exterior y Turismo: <http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Default.aspx?tabid=2333>
- Panoramio. (30 de Diciembre de 2013). *Panoramio*. Obtenido de Panoramio: <http://www.panoramio.com/photo/101134129>
- Philip Kotler, G. A. (2003). *Fundamentos del marketing*. Pearson Educación.
- Ramírez, W. (2007 йил 6-Septiembre). *www.islasantay.info*. Retrieved 2014 йил 12-Agosto from Isla Santay: <http://www.islasantay.info/2007/09/una-isla-100-duranea.html>
- Real Academia Española. (2001). *Real Academia Española*. From Real Academia Española: <http://lema.rae.es/drae/?val=extranjero>
- Reyna, I. (2011 йил Diciembre). *IMPACTOS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA FORMA DE VIDA DE LA SOCIEDAD LOCAL Y EL PATRIMONIO CULTURAL EN GUARANDA, EDUCADOR: PERCEPCIÓN DE LOS*

- VISITANTES. *TURyDES*. From <http://www.eumed.net/rev/turydes/11/ri.htm>
- Rodriguez, E. (2 de Julio de 2014). Presidenta de la Comunidad de Santay. (J. B. Guanoluisa, Entrevistador) Guayaquil.
- Rodriguez, E. (Agosto de 2014). Presidenta de la Comunidad de Santay. (L. G. Borboy, Entrevistador) Santay, GuayS, Ecuador.
- Roseta, G. (10 de Junio de 2012). Puna: Cuatro comunas paradisiacas junto al mar. *El Mercurio*. Obtenido de E; UNIVERSO.
- Sinclair, C. O. (2012). *Marketing Turístico*. Madrid: Ediciones Paraninfo.
- Sinclair, C. O. (2012). *Marketing Turístico*. Madrid: Ediciones Paraninfo.
- Suárez, S. (2014). Isla Santay: Un desenlace esperado. *Revista Jurídica*.
- Universidad Nacional del Nordeste. (18 de Julio de 2014). *Universidad Nacional del Nordeste*. Recuperado el 18 de Julio de 2014, de Facultad de Medicina : [www.](http://www.)
- Universo, D. e. (2014 йил 05-01). Ecuador en el puesto 81 en ranking de tecnología de información y comunicación. *Diario el Universo*.
- VALLEJO, S. (10 de AGOSTO de 2014). SANTAY Y SU DESARROLLO. *EL UNIVERSO*. Obtenido de E; UNIVERSO.
- Wikipedia. (2014 йил 18-Julio). *Wikipedia*. From Wikipedia: <http://es.wikipedia.org/wiki/Fauna>
- Wikipedia. (2014 йил 19-Julio). *Wikipedia*. From Wikipedia: <http://es.wikipedia.org/wiki/Flora>
- Wikipedia, C. (2014 йил 09-Julio). *Colaboradores Wikipedia*. From Colaboradores Wikipedia: <http://es.wikipedia.org/wiki/Estrategia>

## ANEXOS

### **Anexo 1: Entrevista a la señora Elsa Rodríguez, presidenta de la comunidad de Santay.**

**Brindar la información necesaria para poder iniciar con nuestro proyecto, una información valiosa para el desarrollo del mismo.**

Lugar: Isla Santay

Entrevistador: Laura Guanoluisa y Joselyne Borboy

**1. ¿Atractivos más importantes que posee la Isla?**

La naturaleza, los cocodrilos, las aves, toda la Isla.

**2. ¿Dónde se encuentran los cocodrilos?**

Los cocodrilos se encuentran al fondo del lugar (señalando el lugar del sitio), existen 12 cocodrilos, un macho que ha sido traído de Esmeraldas, y 11 hembras, poco a poco se traerán más de la especie, se encuentran en una área específica.

**3. ¿Existe alguna persona especializada para cuidarlos?**

Claro los guías nativos de aquí son los encargados de alimentarlos. Y ver por ellos.

**4. ¿De qué lugar recibe más turistas?**

De todas partes, de todo el país, cubanos, franceses, de Bélgica.

**5. ¿Los trae alguna operadora?**

No. Solo vienen por cuenta propia.

**6. ¿Existe alguna operadora turística?**

Si, tenemos la Cooperativa de turismo, Las Palmeras de Santay, que es de la comunidad misma, antes os triamos desde Santay, ahora solo nos dedicamos a llevarlos de regreso mediante lancha hacia el mercado Caraguay, para quienes ya no deseen caminar el regreso.

**7. ¿Cuánto tiempo tiene la cooperativa?**

Tiene 2 anos, trabajábamos con la ayuda de la municipalidad de Guayaquil.

**8. ¿Existe el apoyo por parte de la municipalidad de Guayaquil, Durán, o alguna otra índole?**

Los terrenos son de Duran y del estado. Para todos los permisos de funcionamiento debemos acudir a Durán.

**9. ¿Ha escuchado comentarios buenos o malos por los turistas?**

Claro que sí, nos dicen que esto fue un dinero mal invertido, que mejor lo hubieran otorgado a personas con cáncer, pero uno solo escucha, también dicen que no les gusta el lugar, pero también he escuchado cosas positivas.

**10. ¿Qué opina a cerca del cambio radical que ha tomado la Isla?**

Yo como Santalineña estoy orgullosa de mi Isla, la realidad es que yo quería ver a mi Isla con casita, todos trabajando, con luz, pequeños negocios, y eso es ahora.

**11. ¿No se les hace extraño ver las costumbres de los habitantes?**

Se está trabajando para que se moderen ciertas costumbres, por ejemplo no se puede lavar ropa frente a los turistas, se trabaja constantemente por eso.

**12. ¿Qué opina a cerca de la infraestructura que recibe la Isla, es suficiente?**

No, por ejemplo en la observación de los cocodrilos, el sendero está construido con material de reciclaje, y es muy delicado, por eso solo hay un determinado número que puede ir, y esperar el siguiente turno.

**13. ¿Cómo manejaron la situación el día que hicieron el festival gastronómico, tuvieron turistas más de lo esperado?**

Vinieron 300 personas a comer con el presidente, era un caos, todos arranchaban agua y comida, hasta las 12 de la noche sacando personas. Luego tuvimos que limpiar todo.

**14. ¿Cómo controlan que los visitantes no arrojen basura?**

Hay turistas que si respetan, otros no, botan delante de uno, mejor es callar, tenemos tachos, para que boten la basura el sitio respectivo.

**15. ¿Actualmente existen capacitaciones? ¿De qué?**

Si, se está capacitando a las camareras, a los artesanos, en hacer bocaditos, empanaditas. En cuanto a la atención al cliente también.

**16. ¿Cómo visualiza la Isla en 5 años?**

He comido lodo, mosquitos, he nadado aquí con montes, soy la líder, la guía con 40 puntos y este era mi sueño, yo les decía capacitémonos, esto va a cambiar, y no me



creían, y aquí está mi meta, es un orgullo ver lo que somos ahora, siempre fuimos engañados, agradecemos a todos lados por habernos ayudado.

Ahora solo hay que seguir trabajando en el lugar. Tenemos 15 guías conmigo que ayudamos aquí en la Isla y vamos hacer un sendero para llevar a más turistas.

**17. ¿Alguna manera de ayudar en la promoción de la Isla?**

Seguir insistiendo en hacer informar acerca de la Isla, sería bueno shows en la Isla.

**Anexo 2: Dialogo ofrecido por la alcaldesa de Durán: Alexandra Arce.**

**Quien nos revela cifras, proyectos actividades que tiene para Isla Santay.**

**Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Durán**

**Promoción Isla Santay**

*El objetivo principal de la promoción turística en Santay es incrementar la intención de viaje al Cantón, es necesario que el Ecuador conozca que la Isla Santay queda en el Cantón Durán, con la ayuda del trabajo de los actores involucrados que son el gobierno central y demás instituciones públicas del estado se garantizara la permanente visitas turísticas ya que la promoción se orientara en base a las demandas de los segmentos de mercado, se diversificara la oferta turística, destacando productos de turismo de aventura, ecoturismo y demás productos que sean amigables con los atractivos que ofrece la Isla.*

**Costo de obras en ejecución:**

Puente peatonal y ciclo vía Durán-Isla Santay \$11582677,62 USD

Sendero en la Isla Santay USD 10672468,28

Total 14.5 Km de senderos.

**Intervención Institucional:**

MAE

Malecón Roberto Gilbert

Diseño e implementación de:

- Caseta para registro de visitantes y portón de ingreso en el área protegida.

- Sitio para alquiler de bicicletas.
- Bodega para alquiler de bicicletas y para caseta de visitantes.
- Baños accesibles para hombres y mujeres.

### **MIDUVI/ SECOP**

Puente Durán-Santay

Monto \$11682577,62

Avance de obra 90%

El puente tiene una extensión de 660 metros, 4.50 metros de ancho consta de 6 tramos de 80 metros, dos tramos de 61 metros, 4 niveles de rampas de 7.3%

Ciclo vía interna

14,5 Km de distancia con senderos aéreos y terrestres.

Se hizo el circuito no en el mismo borde si no en el interior de la Isla donde se puede ver el manglar y el avistamiento de aves.

Las ciclo vías sin segmentos de rutas, en el caso especial del Área Nacional de Recreación Isla Santay e Isla Gallo tienen como fin la recreación del turista; estas vías seguirán sus propias rutas. Habrán dos ingresos una partirá desde el puente que viene de Duran o desde el puente que llegue de Guayaquil. En estas áreas el visitante podrá realizar la actividad de ciclismo rodeado de áreas verdes.

Aquellos turistas que posean su bicicleta no tendrán que cancelar ningún valor por uso del espacio; por otro lado se concesionara la empresa privada el alquiler y mantenimiento de bicicletas.

### **MIDUVI:**

Expropiación del terreno cercano al Malecón Dr. Roberto Gilbert, perteneciente a Álvaro Noboa, para generar un parque ecológico recreativo. Presupuesto de expropiación \$300000.z

Plan de intervención integral para mejorar conectividad vial en el Cantón.

Generar ciclo paseos urbanos y boulevard en el centro que conecte los tres malecones y arreglo a los muelles.

### **Turístico**

- Colocar kioscos para la venta de comidas típicas del cantón.
- Colocar kioscos para la venta de bebidas.
- Generar actividades culturales dos o tres turnos, viernes, sábados y domingos, tardes y noches a fin d darle vida a este malecón.
- Generar un sitio para alquiler de bicicletas manejado por las economías populares y solidarias (EPS) que impulsa el GAD municipal del Cantón Durán para fomentar empleos en los habitantes del Cantón.
- Activar locales de artesanías.

### **Anexo 3: Fotografías de la Isla Santay**



**Modelo de casa Isla Santay**

**Fuente: Dirección de Turismo del Cantón Durán**



**Centro de visitantes**

**Fuente: Dirección de Turismo de Cantón Durán**



**Casa Comunal**

**Fuente: Dirección de Turismo de Cantón Durán**



**Restaurante**

**Fuente: Dirección de Turismo de Cantón Durán**



**Letrero: Paseo de cocodrilos**

**Fuente: Dirección de Turismo de Cantón Durán**



**Cocodrilos Isla Santay**

**Fuente: Dirección de Turismo de Cantón Durán**

#### Anexo 4: Precios de promoción.



Fuente: Tc televisión, Ecuavisa, Radio La Otra y Nahimad Studio.